

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

PATRIMONIO Y TURISMO: ANÁLISIS Y PUESTA EN
VALOR DEL YACIMIENTO DE LA POBLA D'IFAC (CALP)

ALICIA PELLUCH MANCHADO

TUTOR: JOSEP ANTONI IVARS BAIDAL

MÁSTER EN DESARROLLO LOCAL E INNOVACIÓN
TERRITORIAL

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1.- Introducción..... | 1 |
| 2.- Justificación..... | 8 |
| 3.- Objetivos..... | 10 |
| 4.- Metodología y fuentes..... | 12 |
| 5.- Patrimonio cultural y turismo: hacia una relación simbiótica..... | 15 |
| 5.1.- Contribución del patrimonio al desarrollo turístico | 15 |
| 5.2.- Relación sinérgica entre patrimonio y turismo..... | 20 |
| 5.3.- Interpretación del Patrimonio como herramienta para la valorización turística | 25 |
| 5.3.1.-Contextualización..... | 26 |
| 5.3.2.-Definiciones..... | 27 |
| 5.3.3.-Interpretación y desarrollo turístico..... | 29 |
| 5.4.- El arqueoturismo como producto turístico..... | 30 |
| 5.4.1.-Definición..... | 30 |
| 5.4.2.-Conceptualización..... | 31 |
| 5.4.3.-Contextualización..... | 31 |
| 6. Análisis de experiencias de valorización turística del patrimonio arqueológico en la provincia de Alicante | 36 |
| 6.1.- Introducción a los yacimientos litorales de L’Albir, La Vila Joiosa, Campello y Alicante | 37 |
| 6.1.1.-Ficha individual de cada yacimiento y museo..... | 38 |
| 6.1.2.-Ficha comparativa de los yacimientos y el museo..... | 48 |

| | |
|---|-----|
| 6.2.-Estudio de los casos análogos..... | 52 |
| 6.2.1.-Principales conclusiones del estudio individual y comparativo..... | 57 |
| 7.- El modelo turístico de Calp: el papel del Patrimonio Cultural..... | 63 |
| 7.1.- El contexto turístico local. Datos de localización, población, oferta turística, demanda y caracterización del destino..... | 63 |
| 7.1.1.-Localización..... | 63 |
| 7.1.2.-Demografía..... | 64 |
| 7.1.3. Caracterización del destino, oferta turística y demanda..... | 65 |
| 7.2.- El aprovechamiento turístico del patrimonio local..... | 75 |
| 7.3.- Ciclo de vida, reestructuración productiva y estrategia de diversificación de un destino: El Plan Estratégico de Diversificación | 87 |
| 8.-La Poble d'Ifac: Análisis y potencialidad turística..... | 92 |
| 8.1.- Breve introducción histórica..... | 92 |
| 8.2.- Marco competencial del yacimiento..... | 94 |
| 8.3.- Situación actual..... | 95 |
| 8.4.- Análisis y potencialidades turísticas..... | 97 |
| 8.4.1. Análisis del yacimiento y del Museo de Historia de Calp..... | 97 |
| 8.4.2. Potencialidades turísticas..... | 103 |
| 8.5.- Percepción de la demanda..... | 106 |
| 8.6.- Valoración del yacimiento desde la perspectiva de la gestión..... | 112 |
| 9.- Bases para un Plan de Interpretación de la Poble d'Ifac para su valoración turística..... | 114 |
| 10.- CONCLUSIONES..... | 121 |
| 11.- BIBLIOGRAFÍA..... | 124 |
| 12.- ANEXOS..... | 127 |

1. -Introducción.

El turismo se nutre de muchos elementos, de entre los cuales uno de los pilares fundamentales sería el patrimonio cultural. Éste puede ayudar a cohesionar y vertebrar el territorio y, en numerosos lugares turísticos, es el foco principal de atracción. Ese patrimonio, ya sea cultural, arqueológico, artístico, y que hace referencia a las raíces y la herencia del pasado del territorio, a las costumbres, y que nos ha dejado a lo largo del tiempo vestigios de incalculable valor, será el objeto de estudio de este trabajo.

Conocer el patrimonio implica que éste ha de comprenderse, conservarse y, sobre todo, ser transmitido (Trigueros, 2016). El patrimonio en sí es un bien de valor, que a su vez se hereda y se disfruta. A lo largo de los siglos este concepto ha evolucionado al mismo tiempo que la sociedad, pero siempre prevaleciendo la idea de cuidar y proteger nuestro patrimonio, cuyo legado es la herencia de nuestros antecesores (Rico, 2014). El patrimonio podría definirse como un conjunto de bienes materiales e inmateriales que, pudiendo ser a su vez tangibles e intangibles, tienen para las comunidades y sociedades unos determinados valores culturales y aspectos simbólicos concretos, inherentes a ellos, que hacen necesaria la conservación y protección para el uso de los mismos (Harrison, 1994; Prats, 1998; Ballart y Tresserras, 2001; Hernández, 2002 apud Velasco, 2009). De entre otras innumerables definiciones que se pueden encontrar para describir el patrimonio cultural, se podría afirmar que el patrimonio cultural estaría considerado como el conjunto de creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de la historia, que lo distinguen de los demás pueblos, y le dan su sentido de identidad o, como mencionan Ballart y Tresserras (2001), “es una construcción cultural y como tal sujeta a cambios en función de las circunstancias históricas y sociales” (p.11).

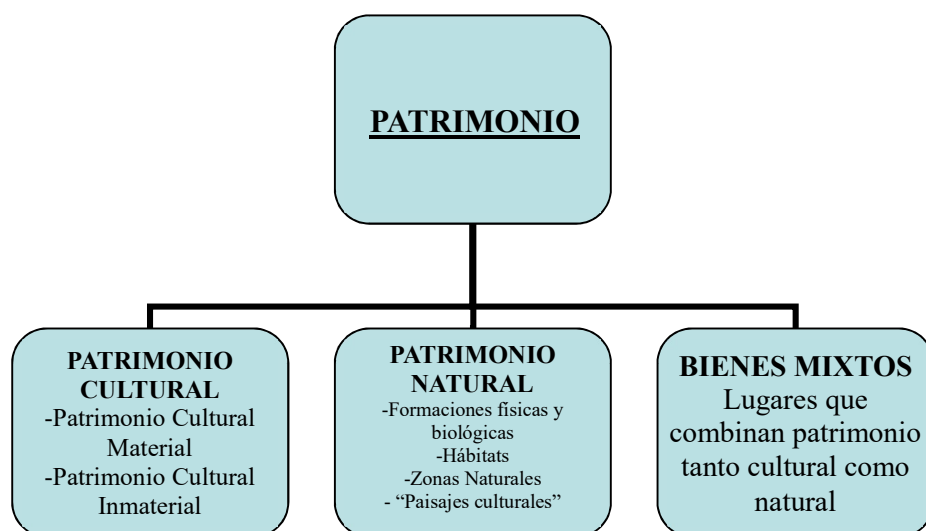
Desde una visión holística, se hará una clasificación a nivel mundial de las diferentes especificaciones que existen en cuanto a patrimonio, descendiendo, posteriormente, a nivel estatal, de Comunidad Autónoma y provincial, y finalmente local, en Calp, donde se centrará el tema objeto de este trabajo, que es el yacimiento arqueológico de La Poblada d’Ifac.

Se destaca en primer lugar la creación en el año 1972 de la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. En ella se establece que existen determinados lugares de la tierra que poseen un valor universal excepcional, y los cuales pertenecen al

patrimonio común de la humanidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2019). Actualmente forman 190 países los miembros que han ratificado la Convención del Patrimonio Mundial, cuya misión es identificar y proteger el conjunto del patrimonio natural y cultural de nuestro planeta. (UNESCO, 2019).

La UNESCO distingue entre distintos tipos de patrimonio: patrimonio cultural, patrimonio natural, y bienes mixtos. De entre el patrimonio cultural, se diferenciaría entre Patrimonio Cultural Material e Inmaterial. En el caso del patrimonio natural, la UNESCO contempla también los “paisajes culturales”. En referencia a los bienes mixtos, éstos aúnan tanto patrimonio natural como cultural.

Figura nº1. Clasificación del Patrimonio según la UNESCO



Elaboración propia a partir de UNESCO Extea, 2004.

Centrándonos en España, nuestro país entró a formar parte de la Convención el 4 de mayo del año 1982. Desde ese momento, la lista de los lugares declarados Patrimonio de la Humanidad ha ido aumentando a lo largo de los años. En nuestro país hay un total de 41 lugares declarados Patrimonio Cultural, como la *Alhambra*, *el Generalife* y *el Albaycín*, el *Monasterio del Escorial de Madrid*, y el *Palmeral de Elche*, entre otros.

A nivel estatal, en nuestro país también existe un régimen para la protección del Patrimonio Cultural, con diferentes niveles. Los bienes que pertenecen al Patrimonio Cultural Español se rigen por la Ley 16/1985 de 25 de junio de Patrimonio. Tal y como se puede apreciar en la figura nº 2, y como recoge dicha Ley 16/1985 de Patrimonio,

existen dos regímenes: el régimen general y el régimen especial. El régimen general abarca tres niveles de protección: el Patrimonio Histórico Español, el Inventario General de Bienes Muebles, y los Bienes de Interés Cultural, de menor a mayor protección, respectivamente:

Régimen general:

- El Patrimonio Histórico Español, que sería el de menor grado de protección, engloba “todos los bienes inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico, así como el Patrimonio documental y bibliográfico, yacimientos y zonas arqueológicas, los sitios naturales, jardines y parques, que tengan un valor artístico, histórico o antropológico”.
- El Inventario General de Bienes Muebles, dotado de un nivel más alto de protección, aglutina a aquellos bienes muebles que poseen un notable valor histórico, arqueológico, científico, artístico, técnico o cultural, y que no hayan sido declarados Bien de Interés Cultural.
- Por último, el BIC (Bien de Interés Cultural), es la figura que mayor protección otorga la Ley 16/1985, a aquellos bienes muebles e inmuebles declarados de interés cultural. Dentro de esta figura, cabe especificar que se dan dos casos:
 - Los inmuebles cuyo uso está destinado a la instalación de archivos, bibliotecas y museos estatales, así como los bienes que se encuentran en su interior. También cuevas, abrigos, manifestaciones de arte rupestre, etc, entre otros.
 - Por otro lado, los BIC que son declarados mediante Real Decreto de manera individual, conlleva a la incoación y tramitación de expediente administrativo.

Régimen especial:

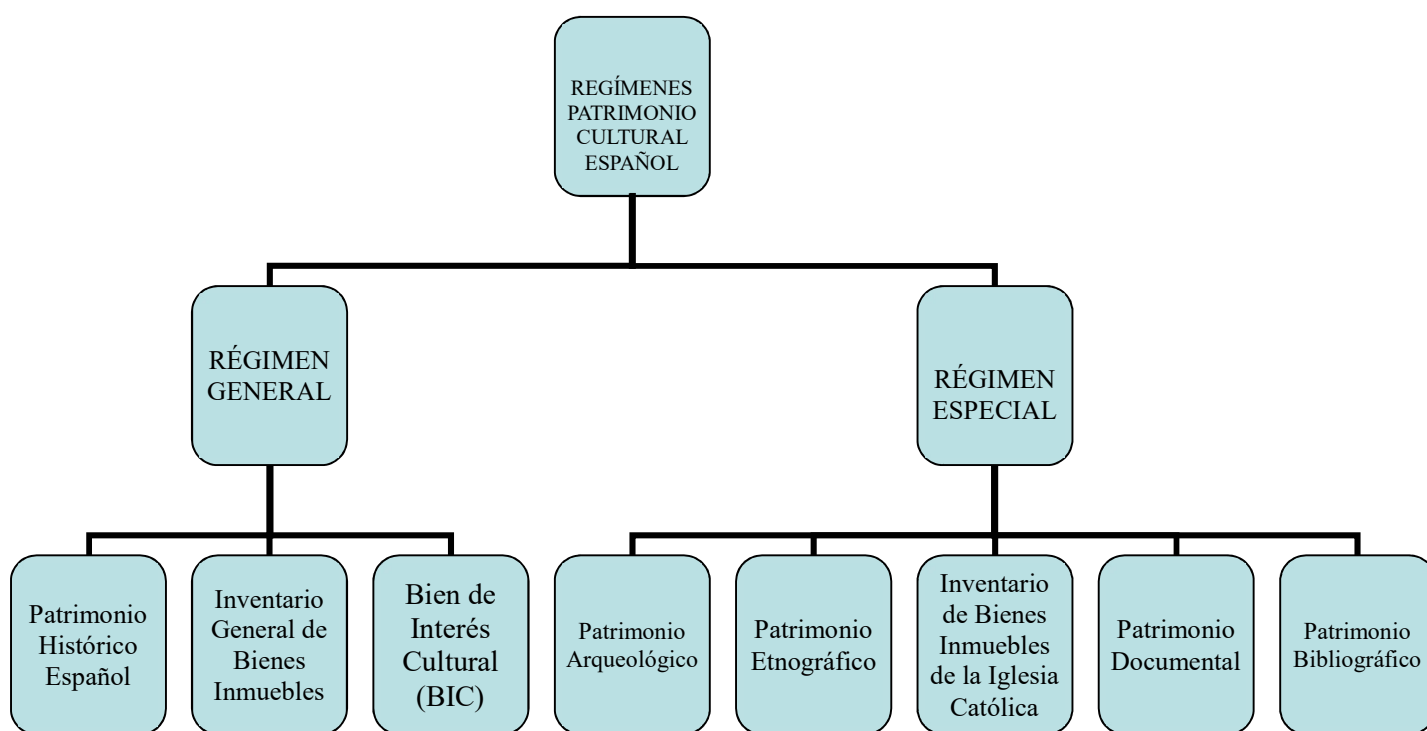
Los regímenes especiales de protección del Patrimonio Cultural Español que recoge la Ley 16/1985 del Patrimonio son los siguientes:

- Patrimonio Arqueológico

- Patrimonio Etnográfico
- Inventario de Bienes Muebles de la Iglesia Católica
- Patrimonio Documental
- Patrimonio Bibliográfico.

El yacimiento arqueológico de la Pobla d'Ifac, objeto de estudio en esta investigación, se ve afectado por los dos regímenes: la figura del BIC, del régimen general, así como la clasificación de Patrimonio Arqueológico, del régimen especial.

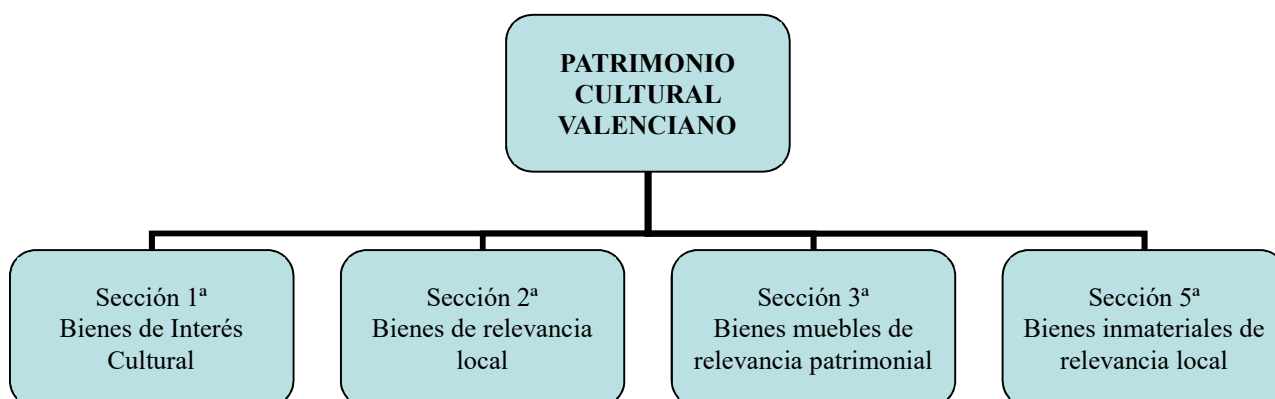
Figura nº 2. Regímenes del Patrimonio Cultural Español



Elaboración propia a partir de <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/>

Cabe destacar también la clasificación que establece la Generalitat Valenciana a través del Inventario de Patrimonio Cultural Valenciano, donde se clasifica y dota de protección al patrimonio a través de diferentes categorías, que son las siguientes, y podemos observar en la figura nº3.

Figura nº3. Clasificación del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano



Elaboración propia a partir del Inventario de Patrimonio Cultural Valenciano (2018)

Según el Inventario de Patrimonio Cultural Valenciano (2018), realizado por la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana, y haciendo mención a la figura del BIC, en el municipio de Calp, donde se encuentra el yacimiento objeto de estudio de esta investigación, existen cuatro Bienes de Interés Cultural: *Los Baños de la Reina*, *La Casanova*, *las Murallas de Calpe*, *la Torre del Castellet*, y *el Recinto Amurallado de la Villa Medieval de Ifach*. El expediente del yacimiento de los *Baños de la Reina* ha sido recientemente incoado, pero la Poble d'Ifac, el último mencionado de los citados anteriormente, está pendiente de serlo, según una conversación mantenida en la entrevista con José Luís Menéndez Fueyo, el director de las excavaciones de dicho yacimiento arqueológico.

La península es un territorio rico en todos los aspectos: paisajísticamente, en cuanto a recursos naturales, y también posee una gran bonanza climática, ya que una gran parte del país se beneficia de un clima suave y agradable que atrae a muchos focos emisores de turistas, motivo y razón por la cual recibimos millones de visitantes todos los años. El territorio peninsular ofrece también una notoria cantidad de recursos culturales e históricos, que evidencian el importante paso de diversas civilizaciones por él, así como la importancia histórica de la península durante muchos siglos (Trigueros, 2016). Según los datos que se recogen en el Inventario de Bienes Muebles e Inmuebles del territorio español, y que está disponible para su consulta en la página web de Cultura y Deporte del Gobierno de España (2018), existen a día de hoy un total de 16.146 Bienes Inmuebles y 45.206 de Bienes Muebles en territorio peninsular, por ello no podemos obviar la

necesidad de proteger, valorar, y hacer hincapié en la protección del patrimonio y su entorno.

En la Comunidad Valenciana, sobre todo en la zona costera, el turismo presenta unas características muy concretas: es un destino maduro, de masas, consolidado desde hace décadas, y enmarcado en el sol y playa. Es por ello y no es de extrañar que las políticas turísticas de los últimos años hayan optado por diversificar la promoción de la Comunidad Valenciana en productos más específicos y segmentados, las denominadas estrategias de diversificación del producto turístico, que tienen como objetivo poner en valor el patrimonio natural y cultural (Rico y Baños, 2016). Las administraciones han visto en esta gran cantidad de recursos, ya sean naturales, rurales, culturales, etc, existentes en ella, una manera de aprovechamiento y puesta en valor de los mismos para diversificar y desestacionalizar la marcada tendencia estival. La realidad es que esta idea está más que sustentada: de los mencionados Bienes Inmuebles en el anterior párrafo, 1065 pertenecerían a la Comunidad Valenciana, y de esos, 365 a la provincia de Alicante. De los Bienes Muebles, un total de 5.256 pertenecerían a la Comunidad Valenciana. En cuanto a la clasificación del Inventario de Patrimonio Cultural Valenciano, en la Comunidad Valenciana existen un total de 1.885 BICs, de los cuales 529 estarían ubicados en la provincia alicantina. En cuanto a los Bienes de Relevancia Local, encontraríamos 5.185 en todo el territorio valenciano, de los cuales 1.460 pertenecerían a la provincia de Alicante. Aclarado esto, se puede afirmar con seguridad que el patrimonio cultural se puede convertir en una alternativa o complemento al tradicional turismo de sol y playa, y del mismo modo ayudar a la puesta en valor a través de planes de conservación y protección. A su vez, y desde los parámetros del desarrollo local, este patrimonio puede crear un acercamiento de la población local a las raíces de su pasado, y ser utilizado como vehículo para transmitirlo en el futuro. Tal y como se menciona en International Council of Monuments and Sites (ICOMOS, 1990 apud Trigueros, 2016, p.358), “La participación activa de la población debe incluirse en las políticas de conservación del patrimonio arqueológico. Esta participación resulta esencial cada vez que el patrimonio de una población autóctona está en juego”. En la mayoría de los casos, esa conexión que establece el turismo con el patrimonio local, puede evitar que éste caiga en el abandono y, por consiguiente, en el olvido. No obstante, y aunque esto pueda sonar paradójico, el intento de poner en valor un recurso puede revertir los efectos deseados: si no se lleva un correcto planteamiento de cómo proteger un recurso, los efectos pueden ser negativos

como, por ejemplo, la masificación, banalización de la cultura, destrucción del recurso, etc.

El turismo puede ser tan beneficioso para el patrimonio como dañino. La gran especialización en un tipo de turismo, como, por ejemplo, el sol y playa, puede representar una amenaza para este tipo de recursos (Perles, 2015), ya que, debido a la masificación de un destino, o la falta de autenticidad e identidad de su producto, puede ser una gran amenaza para los mismos (Velasco, 2009).

Según el Plan Estratégico Global del Turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020, se pueden obtener varias conclusiones que reafirman lo planteado anteriormente. Una de las visiones estratégicas que menciona este plan es la necesidad básica de diversificación de productos y mercados a nivel de comunidad autónoma. Centrándonos en el territorio de la Costa Blanca, uno de los principales retos a los que se enfrenta la provincia de Alicante es la necesidad de reorientar la gestión de los destinos consolidados. Ésta región tiene como eje central el segmento de sol y playa, pero también posee una enorme riqueza patrimonial, y un buen abanico en cuanto a oferta complementaria, hecho que ha de ser aprovechado para renovar los destinos litorales y desarrollar productos más segmentados y específicos. No obstante, y como afirman Rico y Baños (2016), la especialización de los espacios litorales y la dispersa localización de los recursos culturales a lo largo de la provincia, promueve que actualmente exista un desequilibrio, que las estrategias del Plan Estratégico de la Comunitat Valenciana, pretenden corregir. En dicho plan, se sitúa al producto cultural en la fase de desarrollo del ciclo de vida del producto turístico, y se describe al turismo cultural con un gran potencial para crear experiencias culturales alternativas e innovadoras que permitan complementar al producto turístico imperante, y que exige una necesaria vertebración y cohesión de los recursos patrimoniales existentes para poder elaborar una serie de propuestas culturales atractivas.

Por otro lado, y desde la visión de la demanda, se obtienen conclusiones interesantes del estudio elaborado por el Área de Competitividad Turística de Turisme Comunitat Valenciana (2018). En líneas generales, se podría afirmar que los turistas nacionales cuya principal motivación de viaje en territorio español fue el turismo cultural, se incrementaron en 2018 respecto a los dos años anteriores. Sin embargo, no ocurrió lo mismo con los turistas internacionales, ya que su número descendió para el mismo periodo. Sin embargo, más de la mitad de los turistas que nos eligieron como destino por motivos culturales fueron extranjeros, dato que contrasta con el mencionado

anteriormente, ya que éstos representan un poco más de la mitad del total. En lo que a este tipo de turismo respecta, éste también se ha incrementado respecto a los años 2016 y 2017 en nuestra comunidad autónoma.

Si se trata de la provincia de Alicante, los turistas nacionales que nos visitan por motivación cultural del viaje también han experimentado un incremento respecto a los dos últimos años, frente a los extranjeros, cuya evolución comparada con el año 2017 ha sido negativa.

En cuanto a las actividades realizadas por los turistas en la Comunidad Valenciana, las actividades culturales son la segunda motivación de los turistas extranjeros detrás de la opción playa y compras. Para los turistas nacionales es la principal actividad realizada en la comunidad, seguida de visitar ciudades y playa, adquiriendo una mayor y notoria importancia frente a los extranjeros, y que podría explicarse quizás por la bonanza climática de la región, donde los turistas extranjeros tienen como principal motivación de la visita el sol y la playa y que corrobora una vez más la estacionalidad de este tipo de turismo.

Las conclusiones finales que se pueden obtener de estos dos estudios son, por un lado, la gran potencialidad del patrimonio cultural existente en la Comunidad Valenciana y en la provincia de Alicante y, por el otro, una creciente demanda del mismo, lo que lo hace una oportunidad a tener en cuenta en las políticas de gestión turística, donde la teoría de reestructuración productiva y los ciclos de vida de los destinos turísticos (Agarwal, 2002; Butler, 1980 apud Rico y Baños, 2016) sugieren que las administraciones competentes, ya sean de comunidad autónoma, provinciales, y locales, aúnen sus esfuerzos en políticas que incorporen estrategias de diversificación de producto.

2. -Justificación

Para este estudio se ha elegido el yacimiento de la Poble d'Ifac, en el municipio de Calp, ubicado en la Costa Blanca, en la provincia de Alicante. Primeramente, cabe especificar que el tipo de turismo que predomina en Calp es el de sol y playa, modelo mencionado anteriormente, y que marca una tendencia de la concentración del turismo en la época estival, de ahí el concepto de turismo de masas.

Por esa razón y desde hace algunos años, las administraciones y gobiernos locales han decidido dirigir las políticas turísticas hacia el aprovechamiento del patrimonio del

municipio, a través de acciones concretas, tales como el Plan de Promoción y Diversificación Turística de Calp, la Estrategia EDUSI, o el reciente Estudio de la Oferta y la Demanda de Calp. Más adelante se verá detallado, en uno de los apartados de esta investigación, el alcance de estas ideas en la administración local de Calp.

El núcleo de este estudio se centrará, como hemos dicho, en el yacimiento arqueológico de la Poblado d'Ifac, ubicada en las faldas del Parque Natural del Peñón de Ifach, símbolo de Calp y de la Costa Blanca. El aprovechamiento y difusión del patrimonio y otros recursos turísticos (naturales, etc) son las líneas a seguir para conseguir desestacionalizar y diversificar el turismo de una zona, y a su vez ayudar a valorar el patrimonio local.

Actualmente, este proceso está sujeto a una serie de limitaciones, y se está llevando a cabo de manera incipiente en este yacimiento arqueológico. El yacimiento arqueológico de la Poblado d'Ifac se encuentra actualmente en proceso de investigación y excavación, con lo que la puesta en valor del mismo y pensar en acciones para la mejora de su uso y disfrute, tanto de turistas como de los locales, se ven limitados al marco competencial del mismo. En cuanto a su promoción, ésta está limitada a las actividades y visitas puntuales que organiza el Parque Natural junto con el director y co-director de las excavaciones, que son dos o tres veces al año, y con una inscripción muy limitada de asistentes.

Mediante este estudio se tratará de conocer e identificar a los agentes intervinientes, así como el marco de competencias que le afectan, para que, junto con la identificación de sus potencialidades turísticas y la aportación de las bases o fundamentos de un posible plan de interpretación, así como propuestas o acciones de mejora, ayuden al visitante, ya sea turista o local, a comprender su excepcional valor histórico y arqueológico.

A día de hoy, esto que acabamos de mencionar no es tarea fácil. La señalización es prácticamente nula, exceptuando un cartel al inicio de la subida al Parque Natural, pero es entendible, ya que el yacimiento no se puede visitar por uno mismo. Además, debe cumplir con los cánones de señalética que recoge el Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG) al que está sujeto el Parque Natural. Tampoco está adecuado para su visita, ya que no está balizado ni vallado. Al estar también al descubierto, esto hace que el yacimiento se encuentre a la intemperie y mecido por las inclemencias meteorológicas. La confluencia de estos acontecimientos, así como las diferentes legislaciones que afectan al yacimiento

y, la falta de un Plan Director, hecho manifestado en la entrevista con el director de las excavaciones, desencadena en una pérdida de oportunidades para este yacimiento, único en toda la Comunidad Valenciana. Otro aspecto que no debemos olvidar, es que el Parque Natural del Peñón de Ifach es uno de los más visitados de toda la Comunidad Valenciana, y la gran afluencia que recibe puede ser tanto positiva como negativa, ya que, si ésta no se regula y controla, podría poner en riesgo al yacimiento, y a su vez también está siendo una pérdida de oportunidades para el mismo, al no haber opción actualmente de visitarlo.

Durante el mes de marzo del año 2019, se ha presentado en la Casa de Cultura Jaume Pastor i Fluixà de Calp el libro “La Pobla Medieval d’Ifac. 10 Años de Arqueología Medieval en el Penyal d’Ifac”, coordinado por José Luís Menéndez Fueyo, junto con variadas aportaciones para los diferentes capítulos. El libro recoge los primeros 10 años de las excavaciones de la Pobla d’Ifac, hasta el año 2015. En esta presentación se constató que el punto en el que se encuentra la Pobla a día de hoy es justamente el de su adecuación para la difusión y puesta en valor de la misma para el conocimiento tanto de turistas como de los propios habitantes del municipio, después de casi dos décadas de excavaciones, identificación de diferentes dependencias, recopilación y datación de multitud de restos arqueológicos de carácter arquitectónico, así como necrópolis, utensilios, etc. Actualmente está en elaboración un documento de líneas estratégicas de conformidad, en pleno trámite administrativo y un Plan de Conservación Preventiva, es por ello que se ha creído oportuna la realización de este estudio, que quizás pueda aportar algo de luz o ideas para el actual proyecto, desde la óptica del desarrollo local y la gestión sostenible del turismo.

3.- Objetivos

La presente investigación se estructura en una serie de **objetivos** que se resumen a continuación:

Analizar la conexión entre patrimonio cultural y turismo

Se explica la sinergia, simbiosis y conexión entre el patrimonio y turismo, la relación sinérgica entre ambos, y el arqueoturismo como producto turístico, a través de la interpretación del patrimonio como herramienta para valorizarlo.

Identificar la contribución al desarrollo turístico local del patrimonio arqueológico

A través de un análisis de experiencias de valorización turística del patrimonio arqueológico junto con un análisis bibliográfico y de buenas prácticas, experiencias de otros yacimientos y un museo litorales, de características similares: El Campello, L'Albir, Lucentum y La Vila Joiosa.

Determinar el papel del patrimonio cultural en Calp

Se determina el grado de importancia que tiene para los visitantes el patrimonio cultural en el municipio, para poder determinar si este complementa al sol y playa, y si tiene capacidad desestacionalizadora. Se ha hecho a través de datos facilitados por el Departamento de Turismo de Calp, en cuanto a datos estadísticos, y a través de los datos de la Encuesta Tourist Info 2017.

Analizar la situación actual de la Pobla desde un el punto de vista de uso público.

Se analizan las diferentes competencias y el estado actual del yacimiento, y atendiendo a todas las particulares características y al variado marco competencial del mismo. La reciente incoación de la declaración del cercano yacimiento “Baños de la Reina” como BIC, quizás sea la clave para en un futuro no muy lejano realizar un plan director para la musealización de la Pobla d'Ifac, y la conexión del yacimiento con el resto de recursos arqueológicos, arquitectónicos e históricos del municipio, sin mencionar las posibilidades en cuanto a posibles rutas, visitas teatralizadas, interpretación... También sería interesante mejorar la actual información del yacimiento en información más específica (material como folletos, visitas autoguiadas, mejora del Museo de Historia Municipal, etc). No hay que olvidar comentar el reciente lanzamiento de una novedosa aplicación para conocer parte de la historia del municipio, que incluye elementos de realidad virtual.

Identificar las potencialidades turísticas del yacimiento

El yacimiento de la Pobla d'Ifac es un yacimiento único, ya que es la única Pobla de conquista que no ha sufrido ninguna excavación, ni tampoco ha sido transformada con anterioridad, lo que hace de ella ser unos restos arqueológicos excepcionales en toda la Comunidad Valenciana. Cabe destacar el escenario en el que se ubica el yacimiento, y otra razón más que corrobora las potencialidades turísticas que esconde, y que es su ubicación: El Parque Natural del Peñón de Ifach. El enclave donde se ubica el yacimiento,

es un increíble escenario donde poder poner en valor todas las potencialidades del mismo, aprovechando todo lo mencionado anteriormente

Puesta en valor del yacimiento a través de propuestas de acciones de mejora

Teniendo en cuenta que se halla en proceso de excavación/investigación, lo correcto sería plantear un plan por fases, es decir, qué es lo que se podría hacer con lo que hay ahora. Se establece qué es lo que exactamente se podría plantear en este yacimiento, proponiendo las bases o fundamentos un posible Plan de Interpretación con las herramientas de que se dispone, que abordará las principales características del yacimiento, profundizando en él y que esto ayude a una mejor comprensión, interpretación, recuperación, protección, aprovechamiento, sensibilización y difusión del recurso, promoviendo el acercamiento no solo de los turistas, sino de la población local al conocimiento de sus raíces, de donde al fin y al cabo, descienden.

4.- Metodología

El presente trabajo comprende la siguiente metodología, de acuerdo con los objetivos establecidos:

1. Revisión bibliográfica, documental y estadística. Se ha realizado una consulta bibliográfica que abarca el tema del estudio (datos de oferta, demanda, artículos y libros de interés, etc.)

2. Análisis de planes y documentos de planificación relacionados con el objeto de estudio. Plan Estratégico de Diversificación de Producto de Calp, Estrategia EDUSI Calp Destino Turístico Inteligente.

3. Visitas. Análisis de experiencias de valorización: Benchmarking. Se han realizado visitas a tres yacimientos arqueológicos y un museo para un ejercicio de Benchmarking, y se ha elaborado una ficha técnica para cada yacimiento y el museo, en la que se ha incluido una serie de indicadores en cuanto a elementos de interpretación directos e indirectos, y de recursos de interpretación de los que dispone cada yacimiento y el museo. Se han añadido apartados como comentarios positivos y negativos de la experiencia personal en la visita a los mismos. Estos datos se explotan en el punto 6.1. 6.1.1. y 6.1.2.

de la presente investigación. Las **visitas** que se han realizado durante el mes de agosto para el ejercicio de **Benchmarking** han sido:

- Villa Romana de l'Albir. L'Alfàs del Pi.
- Yacimiento arqueológico de Lucentum. Alicante ciudad.
- Yacimiento arqueológico Illeta dels Banyets. El Campello.
- Vilamuseu. La Vila Joiosa.

4. Entrevistas. Se han realizado diferentes entrevistas con los responsables de los yacimientos, responsables de gestión de diferentes departamentos, y personal de interés para la presente investigación.

Entrevistas presenciales:

- José Francisco Perles Ribes. Agente de Desarrollo Local de Calp y Jefe de Área y Responsable de Contratación del Departamento de Turismo de Calp. Entrevista explotada en los puntos 8.4.2. y 8.6.
- Bernia Sanz Kite. Historiadora y Arqueóloga, y Guía Oficial Habilitada de la Comunitat Valenciana. Datos de la entrevista explotados en los puntos 8.4, 8.4.2. y 8.6.
- José Luís Menéndez Fueyo. Director de las excavaciones del Yacimiento Arqueológico de La Pobla d'Ifac. Datos de la entrevista realizada explotados en los puntos 8.2, 8.3, 8.4.2 y 8.6.
- Carolina Frías Castillejo. Directora del Yacimiento Arqueológico Villa Romana de L'Albir. Su entrevista está explotada en el punto 6 de la investigación.

**Cabe mencionar que para los yacimientos de la Illeta dels Banyets y Lucentum, no se pudo concertar una entrevista, pero los técnicos que estaban trabajando en el momento de la visita, contestaron a las preguntas que se le hubiera hecho al responsable/s del yacimiento, en la medida de lo posible que supieron y pudieron contestar*

Entrevistas contestadas por correo electrónico

- Ana María Vives Bishop. Unidad de Gestión del Parc Natural del Penyal d'Ifac. Entrevista explotada en el punto 5.4 de la investigación.
- Carmina Bonmatí Lledó. Departamento de Difusión del Vilamuseu. Entrevista explotada en el punto 6.1.1 y 6.1.2 de la investigación.

El guion semiestructurado de las entrevistas está disponible en el apartado “ANEXOS”

5. Encuesta. Se han elaborado una encuesta a propósito de la presente investigación, para ver cómo es percibido el yacimiento y los elementos patrimoniales del municipio por los turistas y visitantes. Esta ayuda a comprender el grado de conocimiento y percepción del yacimiento en el contexto del papel que juegan las visitas culturales en la demanda turística de Calp, así como la satisfacción de los recursos patrimoniales visitados y la satisfacción global del destino. Estos datos se explotan en punto 8.5. de la presente investigación. También se explotan los datos facilitados por el Departamento de Turismo de Calp, en cuanto a la Encuesta Tourist Info 2017, en el apartado 7.1.3 de la investigación. La encuesta elaborada para el estudio exploratorio tiene el nombre de “Encuesta TFM”, y se puede localizar en el apartado de ANEXOS.

5.-Patrimonio cultural y turismo: hacia una relación simbiótica

5.1.-Contribución del patrimonio al desarrollo turístico

Si entendemos el desarrollo turístico como un proceso económico, el patrimonio puede llegar a ser un motor de desarrollo para una determinada zona, ya que, al contribuir al desarrollo económico de un destino turístico, también estará contribuyendo al desarrollo de la economía local del lugar. En muchos emplazamientos, el patrimonio es el foco de atracción de la zona, y gracias a él, se suelen desarrollar a su alrededor una serie de infraestructuras (tales como alojamiento, transportes, intermediarios...) así como actividades complementarias (visitas guiadas, exposiciones, museos...) que se podrían considerar vitales para dar acogida al turismo receptor, le dan un valor añadido al destino, y hacen que la capacidad de atracción del mismo sea mucho mayor. Esta serie de infraestructuras contribuyen al desarrollo turístico y crean riqueza a su alrededor y al sector económico de una zona en general. A través de esta fuente de ingresos, el patrimonio puede verse beneficiado, si los ingresos generados o parte de ellos revierten en su protección y conservación, ya que esa bonanza económica puede ayudar a proteger y valorizar ese patrimonio. Es más, ese debería de ser uno de los objetivos primordiales de las administraciones y gestores patrimoniales. A través de estas acciones el patrimonio se ve envuelto en el proceso de valorización de los recursos locales, reforzando la identidad particular del destino, donde el desarrollo ya no sería solo turístico, si no que involucraría a la comunidad local en él también, haciendo partícipes a todas las partes intervinientes en el proceso (turistas y locales). El objetivo principal no sería solo preservar el patrimonio, sino integrarlo también en los procesos de desarrollo local de la zona en cuestión (Velasco, 2009).

En otros casos, el patrimonio puede contribuir al desarrollo turístico no siendo necesariamente el foco de atracción principal de un destino, si no siendo por ejemplo un complemento a la motivación principal del turista que visita una zona determinada. Es decir, los recursos patrimoniales pueden contribuir al desarrollo turístico de una zona ayudando, por ejemplo, a desestacionalizar la masificación que sufra un destino que tenga una excesiva especialización en un tipo de turismo que presente una marcada estacionalidad, ayudando a diversificar o a complementar la oferta del mismo.

Como ejemplo de este hecho se podría poner el turismo de sol y playa, en los destinos litorales, donde la concentración de turistas que se da en una época concreta del año, en este caso la estival, da lugar a una masificación de los mismos. El conocido “turismo de

masas”, donde la excesiva orientación del destino al producto de sol y playa, promueve que el único motivo del desplazamiento y motivación de los turistas sea, en este caso, el clima y las playas, desatendiendo y no potenciando los otros recursos presentes en su oferta.

Es aquí donde entra en juego el patrimonio como complemento al tradicional turismo de sol y playa para, en un panorama turístico cada vez más exigente y preocupado por los recursos culturales, tratar de satisfacer nuevas demandas en destino y ofrecer nuevas experiencias para entusiasmar los requerimientos de esta demanda cada vez más exigente y minuciosa en cuanto al turismo cultural se refiere.

En muchos lugares turísticos, donde predominaba el turismo de sol y playa, se ha visto en el patrimonio cultural un modo de diversificar y desestacionalizar la marcada tendencia estival o complementarla, a modo de paliar la excesiva especialización que presentaban algunos de estos destinos. Las actividades culturales y los recursos patrimoniales, como se ha visto, pueden ayudar a reorientar el destino proponiendo la cultura o el turismo cultural como motivos principales para atraer esa creciente demanda cultural. Muchos de esos destinos turísticos han aprovechado su patrimonio para las conocidas estrategias de diversificación de los destinos turísticos, utilizando los productos de base patrimonial como motivo principal para la renovación de los destinos litorales, dependientes siempre del monocultivo en el sol y playa, viendo las administraciones a todas las escalas que las aportaciones que el patrimonio cultural puede ofrecer pueden ser aprovechadas en las estrategias de diversificación o de reorientación de un destino turístico, determinantes para no caer en el estancamiento o declive del destino (Butler, 1980 apud Rico y Baños, 2016).

El patrimonio cultural y, por tanto, los recursos culturales, pueden tener una enorme capacidad dinamizadora en un destino, ya que estos pueden ayudar a reorientar las políticas turísticas a centrarse en procesos de revalorización del patrimonio local, poniendo en valor los recursos patrimoniales del destino a través de medidas que ayuden a reconocer el atractivo que éstos poseen, o por otro lado ayudar a diversificar la oferta de un destino turístico, poniendo en el panorama turístico una serie de nuevas propuestas basadas en el patrimonio cultural. El hecho de dirigir una política turística hacia los recursos culturales, es la elección correcta en un mercado en el que la saturación de un destino que está orientado a un solo producto, puede aportar algo de valor añadido y a su vez ayudar a conocer y valorizar su patrimonio, así como a conservarlo.

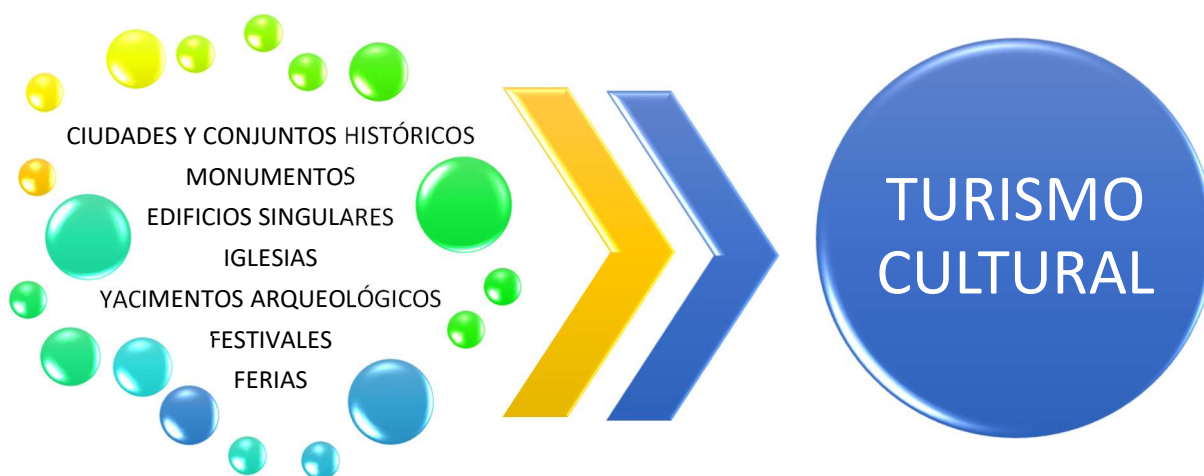
La autenticidad también juega un papel clave, ya que los turistas buscan en estas experiencias más auténticas, nuevas sensaciones que les puedan aportar algo diferente y novedoso en su experiencia en un lugar, como por ejemplo el conocimiento de la cultura e identidad endógenas del sitio en cuestión, los modos de vida, las tradiciones, labor importante para poner en conexión patrimonio-turismo, o lo que es lo mismo, locales-visitantes.

Este tipo de experiencias de turismo cultural, basadas en la oferta patrimonial de un destino, como hemos mencionado, pueden ser variadas, tanto que el abanico de posibilidades que este sector puede brindar es infinito. Según Del Reguero (1994) apud Prat y Cànoves (2012), estas pueden ser desde visitar un recurso histórico o arquitectónico de un lugar, hasta disfrutar de experiencias gastronómicas, de patrimonio industrial, artístico o étnico de un lugar, etc. La multitud de posibilidades que el patrimonio puede ofrecer, como acabamos de ver, es interminable, en cuanto a innovación y originalidad se refiere, ya que podemos estar hablando también de museos, de visitas guiadas, de visitas teatralizadas, de exposiciones, de yacimientos arqueológicos, de espectáculos, de ferias temáticas, de elementos de realidad virtual, de musealizaciones al aire libre, de contenidos multimedia, etc.

A su vez, como se ha mencionado anteriormente, todo este tipo de experiencias que ofrece el patrimonio cultural, ayuda a reforzar el sentimiento de identidad local del destino y aumenta así también la satisfacción no solamente de los turistas, sino también de los habitantes del destino turístico.

Se dedicará el siguiente punto a la gran importancia que tienen las motivaciones de los turistas y los diferentes grados de motivación, hechos que van a determinar la elección de los visitantes a declinarse por un destino o por otro. El grado de motivación de un turista en cuanto al turismo cultural también incidirá por supuesto en el grado de satisfacción de su visita. En las figuras nº4 y nº5, se pueden apreciar las diferentes motivaciones de un turista cultural, y los diferentes grados de motivación de los mismos.

Figura nº 4. Motivaciones de Turismo Cultural



Elaboración propia a partir de Bonet (2003), Antón (2005), Layuno (2007), Vera y Baños (2010) apud Velasco (2009)

Figura nº5. Grados de las motivaciones de Turismo Cultural



Elaboración propia a partir de Spielberg (1995) apud Velasco (2009).

Sea cual sea el grado de motivación o cualquiera de las tipologías del turismo cultural de las figuras anteriores, cuando el visitante se desplaza por motivos culturales, se satisfacen

sus necesidades, y el visitante consume el patrimonio cultural, contribuyendo al desarrollo económico de un lugar, donde si las administraciones valorizan los recursos patrimoniales, pueden contribuir e incidir en el sentimiento de identidad local. Los visitantes toman parte de las costumbres, tradiciones y modos de vida locales, y las hacen suyas. Estas satisfacciones son una parte vital de las experiencias de los visitantes, donde el patrimonio puede ser un importante factor de desarrollo para el destino, hecho que debe aprovecharse.

Dicho todo lo anterior, y a propósito de la presente investigación, primeramente, trataremos de establecer el significado del turismo cultural, con una definición de Richards (1996) apud Rico (2014), que sería una definición más bien técnica: se podría entender al turismo cultural como el traslado de personas durante un tiempo determinado, fuera de su lugar de residencia habitual, a un destino o atracción cultural, para satisfacer las necesidades culturales, ya sean visitas a lugares patrimoniales, muestras artísticas, entre otros.

Sin embargo, en determinados casos, cuando se trata de implementar un modelo de desarrollo turístico, la falta de planificación, de seguimiento o de control, si por ejemplo solo una de las partes del eslabón de la cadena de producción controla todo el proceso, este hecho puede llegar a potenciar y fomentar un turismo que banaliza la cultura, y en el que queda descartado el hecho de que el patrimonio realmente contribuya al desarrollo local de un lugar (Cabrales apud Troitiño y Troitiño, 2016). En este caso, no nos equivoquemos, el patrimonio estaría contribuyendo al desarrollo turístico, pero no al desarrollo local ni en cuanto a términos de conservación del patrimonio se refiere, ya que se estarían perdiendo los valores inherentes a él, y representándose en muchos casos una burda interpretación de los mismos (Prats y Santana, 2011). En muchos casos estos modelos de desarrollo agresivos, insolidarios e insostenibles con el medio y la cultura, pueden llegar a alterar, modificar e incluso destruir el patrimonio local (Troitiño y Troitiño, 2016).

Por tanto, volvemos a la base de que es obligación de todas las partes que intervienen en el proceso turístico patrimonial (administraciones, gestores, sector privado, turistas, locales) tener como objetivo principal durante todo el proceso, y con el compromiso de mantenerlo en el futuro, la salvaguarda de ese patrimonio que, valorizado de manera correcta y, ajustado a los parámetros de la óptica del desarrollo local, contribuya a establecer un correcto modelo de desarrollo turístico basado en el respeto a la identidad del patrimonio, a la conservación del mismo, a la correcta difusión de sus valores y, sobre

todo, a mantenerlo en el tiempo. Tal y como afirma la Carta de Turismo Cultural de ICOMOS, 1999, (apud Troitiño y Troitiño, 2016) es tanto derecho como responsabilidad de todas las partes comprender, respetar, conservar y valorar el patrimonio.

La otra vertiente que mencionan también Troitiño y Troitiño (2016), es la de que se puede dar el caso de que un territorio pueda poseer una gran variedad de atractivos patrimoniales culturales, pero si no se dispone del elenco de infraestructuras, capital humano, equipamientos, y no se realiza una correcta difusión y valoración de los recursos, será bien difícil que ese recurso pueda llegar a considerarse o a tener la dimensión de un destino turístico patrimonial, debido a que, por las mismas causas mencionadas, ese recurso turístico por alguna razón puede quedarse también sin público, lo cual sería nefasto para él, ya que se puede llegar al punto de que este se degrade o destruya por falta de una correcta funcionalidad turística.

Sin embargo, la realidad del turismo cultural en nuestro país augura que, debido al gran abanico de recursos culturales, históricos y naturales que existen, así como el hecho de que éstos estén dispersos por todo el territorio peninsular, dispone nuestro territorio la ventaja de que estos recursos pueden articular y dotar de coherencia al territorio y se pueden potenciar de manera que se pueden elaborar diferentes productos de diversas temáticas patrimoniales como posible alternativa al tradicional turismo de sol y playa, y a su vez, poniéndolos en valor, satisfacer las necesidades culturales del turista (Del Reguero, 1994; Richards, 1996, apud Cànoves, Prat y Blanco, 2016).

5.2.-Relación sinérgica entre patrimonio y turismo

La conexión entre patrimonio y turismo es evidente, ya que el turismo en sí suele ir ligado a recursos territoriales, ya sean patrimoniales, naturales, culturales... En los lugares donde predomina un tipo de turismo, o bien existe una excesiva especialización, la introducción del patrimonio y la revalorización del mismo puede contribuir al desarrollo turístico de ese territorio y/o zona, a través de políticas de conservación, protección, puesta en valor, etc.

Estos dos conceptos van siempre ligados, ya que el patrimonio es objeto de visita por parte de un turista. Este, ejerce el desplazamiento desde su lugar de residencia habitual con las expectativas de satisfacer sus necesidades en cuanto a visitar un recurso cultural, por tanto, patrimonio y turismo siempre tendrán una relación estrecha. No obstante, esta

relación es un punto a tener en cuenta en cuanto a políticas se refiere, como se verá posteriormente.

Como mencionan Prats y Santana (2011) a propósito de la relación que existe entre patrimonio y turismo, las sociedades crean el patrimonio en un intento de forjar su identidad, para posteriormente el turismo convertir esa identidad, ese patrimonio, en producto turístico. A lo largo de la historia, innumerables “creaciones”, materiales e inmateriales, han ido conformando sus costumbres y legados en base a ellas, siendo todas y cada una únicas, cada una con sus elementos diferenciadores. Es ahí donde entra en juego la autenticidad, que es otro de los conceptos claves, característica del patrimonio a tratar en este punto, donde en muchas ocasiones es esa identidad propia que posee el patrimonio es la que determina que esta sea la motivación para la elección por parte de los turistas su destino. Este concepto es clave por diversas razones que recogen ciertos autores como Rico (2014), ya que, a raíz de la masificación de los destinos y la similitud entre ellos, y por tanto de permanecer y mantenerse en la feroz competencia del mercado, los turistas buscan nuevas experiencias y autenticidad en los mismos. Por tanto, esa diferenciación y búsqueda de la autenticidad que buscan los destinos, es el elemento crucial que influirá en la toma de decisión en cuanto a la elección del destino. Sin embargo, según Santana (2003) apud Rico (2014), la autenticidad no reside en la creación de productos singulares por parte del destino turístico, sino todo lo contrario. Para este autor, el concepto de autenticidad según él, reside en el imaginario colectivo de los visitantes, en un anhelo de crear esas experiencias únicas, por tanto, el concepto puede alejarse de la realidad y simplemente estar creado o sustentado en la mente del visitante, y ésta dependerá por supuesto del nivel académico, cultural y motivaciones del turista. En otros casos, para favorecer la “falsa” comprensión de los turistas en cuanto a la comprensión de un recurso patrimonial se refiere, se trivializa el valor, se simplifica y se banaliza (Senabre, 2006; Morales Martínez, 2000 apud Rico, 2014), perdiendo el valor simbólico e histórico original del elemento y propiciando una poco fiable y tosca representación del recurso. Es más, para explicar este fenómeno y aprovechando el municipio donde se encuentra el objeto de estudio de esta investigación (Calp), ocurre un hecho que explica este fenómeno perfectamente. Los *Baños de la Reina*, son un enclave único de restos de la época romana, donde se diferencian tres partes: un vicus romano, el conjunto termal de la Muntanyeta y los viveros romanos. Esos viveros, tallados en la roca, y que servían para almacenar el pescado en la época romana, son los que dan ese nombre “místico” aparte del yacimiento. Lo que ocurre es que los turistas quieren ir a los *Baños*

de la Reina ya que en el imaginario creado y sustentado colectivamente a través del “boca oído”, las TICs y las redes sociales, el nombre místico atribuye que era una piscina donde se bañaba una reina mora. A ojos de los turistas es un hecho mucho más sorprendente y atractivo una piscina secreta de una reina mora que atribuir esa zona de los restos arqueológicos a almacenar el pescado en la época romana. Este hecho propicia que se desconozca realmente que una de las zonas más sorprendentes del yacimiento se encuentra justo detrás. A esto hay que sumar la escasa señalética del lugar, que el yacimiento esté vallado y no se pueda visitar por uno mismo. Además, de mano de un desconocido, hace unas décadas, no se sabe exactamente cuándo, se talló la figura de una sirena en la roca en una zona del yacimiento. Este hecho ha llegado a explicarse a los turistas en algunas excursiones organizadas de un día venidas de otros pueblos por parte de algunos “guías”, llegando a preguntar en los puntos de información turística sobre dónde encontrar el tallado de la época romana. Esta información se proporciona a través de Oficina de Turismo principal del municipio de Calp.

Como afirma Rico (2014), en el momento en el que las fronteras entre ocio y la cultura se diluyen, y se incluyen las actividades culturales como parte del ocio al que dedican los turistas sus vacaciones, la realidad es que es ahí cuando el patrimonio pasa a formar parte del desarrollo turístico y establece la conexión entre ambos, una relación indisoluble.

Desde la perspectiva de la geografía del turismo, y como se ha afirmado en la presente investigación en determinadas ocasiones, el patrimonio tiene la capacidad de articular un territorio, y es por ello que el patrimonio y el turismo deben ir de la mano en cuanto a políticas se refiere.

El turismo nos permite observar la realidad económica que poseen los recursos patrimoniales, y sin una adecuada gestión de los mismos, difícilmente va a poder tener una apropiada operatividad como recurso económico. Sin embargo, esta relación es a veces una utopía, ya que pone de manifiesto los intereses opuestos de ambos conceptos, donde turismo, que es igual a desarrollo económico, tiene como propósito la búsqueda de la rentabilidad, y donde patrimonio, desde el punto de vista cultural, tiene como objetivo principal defender su valorización (Troitiño y Troitiño, 2016).

En cuanto a conceptualizaciones, cabe destacar la aportación de Velasco (2009), donde se establecen una serie de diferencias y de similitudes entre los conceptos de patrimonio y turismo. Primeramente, la naturaleza de los dos conceptos es muy diferente, como se venía mencionando en el anterior párrafo, ya que ambos provienen de dimensiones totalmente antepuestas: naturaleza económica y naturaleza cultural. Desde la perspectiva

del turismo, y como hemos visto en el apartado anterior, el patrimonio puede ser el recurso principal de un destino, o puede este completar la oferta del mismo. Mientras que, para el patrimonio, representa la identidad de la comunidad a la que en este caso pertenezca. Por tanto, el interés de ambos estará siempre contrapuesto cuando el turismo tenga como objetivo el consumo del mismo como interés central, y el interés central del patrimonio sea la conservación.

Como expresa Grouch (1999) apud Hiernaux-Nicolás (2013), turismo y ocio son dos conceptos considerados indisolubles. El turismo en sí es demandante de patrimonio, y consume los recursos patrimoniales para la satisfacción de los turistas. En ocasiones éste provoca un uso intenso de los mismos, poniéndolos en riesgo de desaparición total o parcial. Esta masificación, si por ejemplo se supera la capacidad de carga del recurso, puede llegar a desvirtuarlo y promover que este pierda su autenticidad o su aura (Hiernaux-Nicolás, 2013). Una de las características del patrimonio es que este es frágil, y que, si se daña, esos daños pueden ser irreversibles (Navalón, 2013). Por tanto, los mismos deberían de ser susceptibles de recibir por parte de las administraciones y los gestores culturales una parte de los beneficios generados, así como un desembolso necesario inicial para su adecuación, que no debe verse como un gasto prescindible, si no necesario para mantenerlo y conservarlo en un futuro, y para poder obtener rentabilidad. Entre ambos conceptos existe una relación intrínseca. El turismo es un proceso global, que en las últimas décadas ha experimentado un crecimiento exponencial, ejerciendo también una fuerte presión sobre los recursos patrimoniales. Los turistas consumen el patrimonio, y se han convertido en coleccionistas de momentos y experiencias con los recursos culturales, importándoles muchas veces más bien poco el hecho de disfrutar, conocer, valorar y adentrarse en la historia del recurso, reduciendo la experiencia simplemente al recuerdo de una foto en su teléfono móvil, que nunca más volverán a mirar o, peor todavía, al “yo estuve allí” como si fuera un trofeo el hecho de haber estado en un lugar patrimonial concreto pero sin saber exactamente cómo se llama o pronuncia el sitio donde se ha estado.

Según Navalón (2013), la motivación de un turista cultural, es lo que lo diferencia de un turista que no lo es, aunque hoy en día esta apreciación es difícil de comprobar debido a el hecho mencionado de que existen turistas, cuya motivación principal no es el hecho de conocer el recurso en profundidad, ahondar en su historia o visitarlo, sino el hecho de fotografiarse en él o junto a él, y tenerlo de fondo, en las más variopintas posiciones, en una fotografía. Quién no ha estado en un recurso de renombre y ha sufrido la denominada

“turistificación” o masificación del entorno del recurso, donde se compite entre cientos o miles de turistas, dependiendo de donde nos encontremos, para ver quién obtiene la mejor fotografía. Donde quizás, un turista cultural esté deseoso de imbuirse en el recurso y su historia, y otro quizás tenga como objetivo final sacarse la preciada foto más sin tener ni idea de qué está fotografiando. Estas situaciones se suelen apreciar más en los centros históricos, pero realmente ocurren en prácticamente todos los recursos patrimoniales famosos, patrimonio de la Humanidad, o simplemente, como muy bien menciona el ya citado Hiernaux-Nicolas (2013), los que existen en nuestro imaginario colectivo como tal.

Por tanto, a veces, el hecho de que a estos recursos patrimoniales se les incluya en alguna lista de lugar protegido, de patrimonio de la Humanidad, o se les atribuya algún valor especial, sumando la promoción que se le pueda dar a través de las nuevas tecnologías, sin mencionar la influencia de las redes sociales, que actualmente es reveladoramente poderosa, esto puede conllevar a que este nuevo “renombre” del recurso, repercuta negativamente en él, ya que debido a ello, el patrimonio cultural se puede ver envuelto en un proceso de estandarización por parte de las administraciones, donde finalmente se pierda el sentido de identidad del lugar, dando paso a una serie de infraestructuras hechas ad hoc para la recepción de hordas de turistas, y olvidando la propia identidad, y se terminen excluyendo y no se contemplen las políticas la protección y difusión de los valores culturales.

Tal y como también menciona Navalón (2013), el patrimonio tiene tres vertientes: la didáctica, la científica y la turística, es por ello que debe de cuidarse la gestión patrimonial del recurso para darle un correcto uso y función turística.

Está claro, hemos mencionado la peor vertiente de la conexión entre patrimonio y turismo, si hablamos de un turismo agresivo y depredador. Pero en casos donde el patrimonio se ve en peligro debido a diferentes razones, como el desuso o el abandono del mismo, el turismo puede ser la esperanza de recuperación del mismo. Un recurso patrimonial en peligro de desaparición o desuso, por las causas que sea, puede ser objeto de recuperación con fines turísticos. El patrimonio, como comentamos en el anterior punto, puede contribuir al desarrollo turístico, en este caso incorporándose a la oferta, revitalizando el destino y diferenciándolo de otros competidores.

Si se planifica el proceso, se establecen una serie de normas, políticas y buenas prácticas, sostenibles y que mantengan los valores originales del recurso, el turismo no tiene porqué ser depredador del patrimonio. Si se realizan estudios de capacidad de carga del recurso,

de control de visitantes, así como minimizar al máximo las intervenciones en el mismo y el entorno, los conceptos patrimonio y turismo pueden permanecer en armonía. En ocasiones esto es complicado de llevar a cabo y poner en práctica, ya que los gestores turísticos y los gestores culturales, por la diferencia de valores y atribuciones que tienen los dos conceptos y que también hemos mencionado anteriormente, son antepuestas desde la perspectiva económica y cultural-patrimonial, y por esa razón tienen diferentes intereses. La solución a este conflicto es aunar esfuerzos para establecer políticas que contengan los beneficios que el turismo pueda aportar al patrimonio, pero sin dejar de olvidar los atractivos e importancia que tienen los recursos, y la necesidad de protegerlos para preservar sus valores e identidad para las generaciones futuras.

5.3.- Interpretación del Patrimonio como herramienta para la valorización turística

En primer lugar, y a propósito de la presente investigación, se ha creído oportuno dedicar en este apartado un pequeño capítulo en el que a grandes pinceladas se hablará sobre la interpretación del patrimonio.

Primeramente, se definirá en líneas generales la interpretación del patrimonio, se señalarán los inicios de cómo surgió la misma, y se nombrarán algunas definiciones de otras investigaciones debido a la amplitud conceptual de las mismas. A grandes rasgos se establecerán los objetivos de la interpretación del patrimonio, y a través de unas figuras se tratará de comprender el proceso comunicativo de la interpretación del mismo, así como la importancia de responder a preguntas como qué mensaje se quiere transmitir, a quién, de qué manera, etc.

A través de las herramientas que proporciona la interpretación, el discurso histórico que se quiera transmitir de un recurso puede llegar de manera más “legible”, profunda, concisa, pero, sobre todo, ayuda a los visitantes a comprender y valorar de mejor y correcta manera el mismo. A través de este proceso, se conecta no solo con los visitantes, sino con los propios locales, y con la identidad y los valores que el recurso tiene. Por tanto, es una excelente herramienta que ayuda al desarrollo turístico, pero también al desarrollo local de un lugar.

No nos detendremos más a desarrollar en este punto las bases de un posible plan de interpretación, ya que se dedicará un apartado exclusivamente a ello más adelante. No

obstante, cabe contextualizar en las siguientes páginas la interpretación del patrimonio, sus orígenes, los principales objetivos y su conexión con el desarrollo turístico.

5.3.1.-Contextualización

Los inicios de la interpretación del patrimonio comenzaron en Estados Unidos, debido a los desplazamientos que los propios habitantes norteamericanos realizaban entre los diferentes puntos de su país, donde se podían encontrar numerosos parques nacionales y monumentos naturales, y en los que los gestores de cada monumento patrimonial, natural o histórico, revelaban los significados patrimoniales, identidad y valores de los lugares visitados a los visitantes (Rico, 2014).

La primera definición tiene sus inicios en la obra de Freeman Tilden *Interpreting our Heritage* (1957) apud Carter (2001), a quien se le puede considerar el precursor del concepto de interpretación del patrimonio. El patrimonio es una herramienta útil para facilitar la comprensión y el uso social del patrimonio, en cuanto a la conexión con los visitantes se refiere. La interpretación ofrece diferentes lecturas y opciones para un uso dinámico del mismo (Ballart y Tresserras, 2001). Desde el punto de vista de la planificación, es una herramienta que va ligada a las iniciativas de desarrollo local, y donde podría considerarse como un instrumento estratégico de planificación y organización territorial utilizado por las administraciones locales para diferenciarse de los competidores (Ballart y Tresserras, 2001).

Como bien se afirma en el libro *A Sense of Place* (Carter, 2001), el concepto de interpretación del patrimonio tiene que ver mucho con las personas o gestores de los lugares o recursos que se quieran interpretar, ya que cuando se quiere usar la herramienta de la interpretación en un recurso, es porque se considera que este es especial, y que posee un significado único y singular. La herramienta de la interpretación ayuda a que los visitantes puedan apreciar ese valor especial que posea el recurso patrimonial en cuestión. Según Tilden (1957) apud Rico (2014), el patrimonio debe provocar, revelar y contar. Estas características son básicas para que se dé el proceso comunicativo de la interpretación del patrimonio y lo que se va a tratar de transmitir a los visitantes.

El concepto de lo que se quiera interpretar es infinito. Al igual que el patrimonio puede ser tangible, intangible, material o inmaterial, ocurre lo mismo con la interpretación y con las diferentes maneras de interpretar. Por esa misma razón, la interpretación necesita de una adecuada planificación. Si no se establece qué se quiere interpretar, a quién va dirigido, si esa interpretación realmente representa las raíces de un lugar, los valores, la

identidad, quizás el trabajo sea en vano. Lo que se haga debe ser apropiado para cada público y, para ello, se necesita delimitar una cuestión tan importante como lo es la planificación del proceso de interpretación. A través de una correcta interpretación se consigue que los visitantes comprendan y conozcan porqué ese patrimonio debe ser protegido y a su vez reconocidos sus valores.

5.3.2.-Definiciones

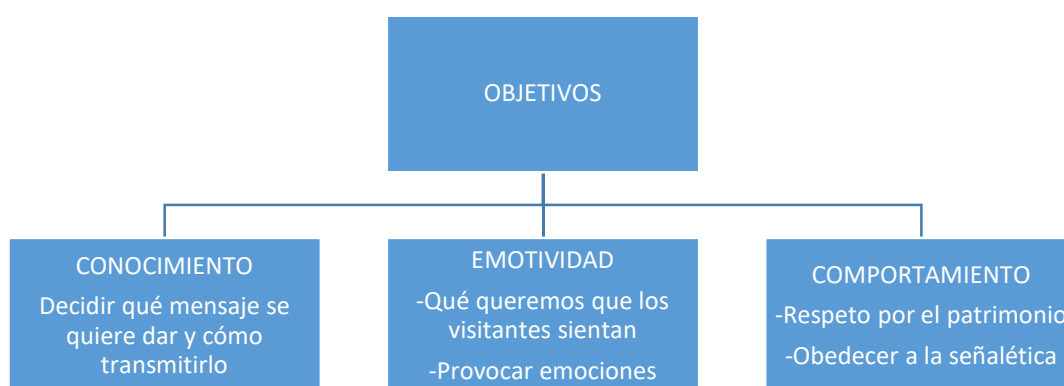
En cuanto a las múltiples definiciones que se pueden encontrar para definir la interpretación del patrimonio, cabe mencionar la existencia de multitud de ellas, ya que, según el paso del tiempo, se le han ido atribuyendo nuevos valores a la interpretación del patrimonio, conforme la sociedad ha ido evolucionando. La Asociación para la Interpretación del Patrimonio en España afirma que la interpretación es la capacidad para revelar en el lugar visitado el significado del legado patrimonial a los visitantes. En la tesis doctoral de Elisa Rico (2014), también se encuentran diferentes acepciones, tales como que la interpretación del patrimonio se podría considerar una actividad didáctica, cuyo fin es revelar significados e interrelaciones a través de objetos singulares en vez de limitarse a difundir la información de los hechos (Tilden, 2006 apud Rico, 2014) o como afirma Ritzer (2005, p.18) apud Rico (2014) “proceso de comunicación que busca revelar al público los significados e interrelaciones de nuestro patrimonio cultural y natural en la forma más apropiada, relevante y efectiva posible”. Morales y Ham (2008) apud Rico (2014), también lo definen como un proceso creativo de comunicación estratégica que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que se interpreta, consiguiendo que el visitante cree sus propios significados sobre el patrimonio cultural para que este pueda valorarlo y disfrutarlo.

Como podemos apreciar a través de las diferentes definiciones y acepciones, vemos que en algunas de ellas se considera necesaria la presencia del patrimonio como objeto tangible para poder realizar la interpretación del mismo. Esta idea, superando ya el bache temporal, y aceptando la necesaria evolución de la definición de interpretación del patrimonio, se puede afirmar con autoridad que no siempre será necesario que exista un patrimonio tangible para que se cumpla la interpretación del patrimonio. Es más, puede evocar, transmitir o despertar más sensaciones y experiencias algo intangible que no podemos apreciar, ver, tocar u oler, que algo que se encuentre en una vitrina, por ejemplo. De ahí la importancia comentada anteriormente de la necesidad de establecer a quién va dirigido, porqué, qué se va a transmitir...En resumidas cuentas, a propósito del discurso

que se quiera dar del patrimonio, es vital que este evoque y transmita, como parte vital del proceso comunicativo de la interpretación del patrimonio. Si no se plantean primero estas preguntas, y luego se responden, todo proceso comunicativo de interpretación del patrimonio puede resultar infructuoso. En la siguiente figura podemos apreciar los objetivos principales de la interpretación del patrimonio, para que esta pueda considerarse exitosa.

Figura nº6. Objetivos de la Interpretación del Patrimonio

Elaboración propia a partir de Morales Miranda (1998) apud Ballart y Tresserras (2001)



Según podemos observar en estos objetivos, es necesario establecer qué es lo que queremos realmente que transmita el patrimonio o recurso en cuestión. Dependiendo del tipo de recurso que sea, las posibilidades que ofrezca son innumerables, dependiendo del discurso que se quiera dar, cómo se quiere dar, el porqué, a quién iría dirigido, que se interpreten bien los valores que se quiere que el turista aprecie, que sean reales...

Los gestores culturales de los bienes patrimoniales deben pensar muy bien a través de la planificación interpretativa que podemos apreciar en la siguiente figura nº7, también elaborada en base al estudio de Morales Miranda (1998) apud Ballart y Tresserras (2001), los pasos a tener en cuenta en la planificación del proceso interpretativo del patrimonio.

Figura nº 7. Planificación del Proceso Comunicativo de la Interpretación del Patrimonio

| |
|--|
| 1. Diagnóstico de la realidad |
| 2. Planificación Interpretativa (Plan de Interpretación) |

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Formulación de objetivos • Análisis DAFO del recurso • Análisis usuarios • Definición de mensajes • Evaluación |
| 3. Diseño específico de medios de interpretación, equipamientos necesarios y programas, así como el personal necesario para ejecución de las obras |
| 4. Ejecución de las obras e implantación de los programas: según lo establecido |
| 5. Presentación del patrimonio al visitante: da sentido a todo lo anterior |
| 6 Evaluación Establecer una estrategia de indicadores para evaluar, que debe estar por su puesto recogida en el Plan de Interpretación |
| 7. Retroacción y retroalimentación Evaluación y análisis de los resultados obtenidos para mejorar la atención al público |

Morales Miranda (1998) apud Ballart y Tresserras (2011)

5.3.3.-Interpretación y desarrollo turístico

La conexión entre interpretación del patrimonio y desarrollo turístico es obvia, debido a que, si el mensaje o discurso que se transmite de un recurso patrimonial es el adecuado, la satisfacción del visitante puede verse altamente incrementada, ya que la interpretación puede convertir la experiencia vivida por un visitante en única, y a su vez añadirle gran valor.

La interpretación, como se ha dicho, produce experiencias únicas en cada individuo, y es aquí donde entrarían en juego también nuestros sentidos, donde el papel que juegan estos en la interpretación son extremadamente importantes, puesto que a través de ellos se va a recibir supuestamente el mensaje que se quiere transmitir al visitante. Según Rico (2014), los sentidos tienen un carácter social, que nos permite entrar en contacto por supuesto con nuestro entorno, apreciar los detalles, y son un elemento esencial para percibir la interpretación correctamente. Se deduce entonces también la necesaria adaptación de los recursos patrimoniales en cuanto a accesibilidad para diferentes colectivos se refiere, por supuesto, así como la interpretación de los mismos. (Accesos para minusválidos, textos en braille...). Muchos recursos patrimoniales tienen escasa adaptación a estos colectivos,

por ello es muy importante no excluirlos en la planificación de los procesos de interpretación.

En definitiva, una buena interpretación contribuye a que los visitantes puedan descubrir y entender de manera más detallada los lugares que visitan, de modo que si estos se sienten cómodos en el lugar, podrán recomendar seguramente lo que han visitado. En cuanto a los beneficios económicos que puedan derivarse de la interpretación, quizás sea mejor pensar en la calidad de la experiencia vivida por el visitante, más que en la interpretación como un negocio. Por tanto, más que como desarrollo turístico, se podría afirmar mejor como desarrollo turístico sostenible (Carter, 2001).

5.4.- El arqueoturismo como producto turístico

5.4.1.-Definición:

El arqueoturismo es una tipología de turismo donde la arqueología, presentada a modo de oferta o producto cultural, es el eje principal del motivo de la visita (Tresserras, 2009 apud Rico, 2014). Normalmente, este turismo es un turismo muy específico, con un público muy concreto y un nicho de mercado relativamente ajustado pero que, presentado como parte de la oferta cultural de un lugar, puede ser el complemento perfecto para una visita cuya motivación principal no haya sido el arqueoturismo, y que puede dotarla de un valor añadido importante para el visitante. El turismo arqueológico es relativamente reciente, y la búsqueda de autenticidad y de nuevos nichos en el cambiante y dinámico mundo del turismo, hacen que este haya tenido un crecimiento exponencial en nuestro país (Fernández, 2017).

También podría considerarse la motivación principal por la que los visitantes eligiesen un destino, pero esto solo podría ocurrir si el recurso arqueológico por sí solo fuera capaz de generar una gran afluencia y una demanda permanente del mismo. También debería de estar adecuado para su uso y disfrute y, como hemos dicho, generase este por sí solo una gran motivación para su desplazamiento hacia él. Por supuesto, otros elementos como la proximidad a un foco turístico o la ubicación en una urbe de renombre, también podrían ayudar en este sentido (Fernández, 2017). En el caso de la Costa Blanca, generalmente y exceptuando algunos casos aislados, no sería este el caso, ya que, cuando se habla de los recursos patrimoniales suele ser, en general, y como se ha comentado en repetidas ocasiones a lo largo de esta investigación, para introducirlos como oferta complementaria o bien para diversificar, reorientar o renovar los destinos turísticos, o incluso agrupando

por temáticas los recursos patrimoniales, consolidar el producto del arqueoturismo, pero aglutinando los mismos, no individualmente.

Normalmente el turista que visita un espacio arqueológico no es un turista ni experimentado ni experto en la temática referente a recursos patrimoniales, por lo que entraría en juego la mencionada interpretación del patrimonio, necesaria en estos casos (centros de interpretación, señalética, panelería, etc), para facilitar la interpretación del discurso histórico del recurso y ayudar a que el turista comprenda y entienda el valor de lo que está visitando (Rico, 2014). Cabe pensar si más necesaria aún debido a que muchos de estos recursos como aclaran Calle (2002) y Santana (2003) apud Rico (2014), presentan un grado bajo de monumentalidad y atracción visual, donde la falta de una adecuada interpretación del recurso puede incidir en la comprensión del visitante del mismo, y tal y como afirman Lasheras y Hernández (2005) apud Rico (2014), el objetivo mayor y final será una óptima accesibilidad del recurso en ambos planos, físico e intelectual.

5.4.2.- Conceptualización:

El turismo basado en los yacimientos arqueológicos pone de manifiesto la mencionada conexión entre patrimonio y turismo, en este caso, patrimonio arqueológico. El turismo como precursor de intercambio cultural, y como ya hemos mencionado anteriormente, puede ser una alternativa o complemento al tradicional turismo de sol y playa (Trigueros, 2016). Además, este tipo de turismo tiene una doble función: no solamente involucra al turista a conocer la cultura de los antepasados del lugar que está visitando, sino que también tiene un matiz de identidad, ya que, como patrimonio local, hace que los habitantes de un lugar se identifiquen con él (Trigueros, 2016), y en palabras de Ashworth (2005), las costumbres de los residentes deberían de ser un punto a tener en cuenta siempre por encima de los gustos de los turistas.

5.4.3.- Contextualización

Según el estudio realizado por Javier Fernández Ortea, denominado “Análisis cuantitativo del impacto del arqueoturismo en España”(2017), este es uno de los estudios más sólidos que se pueden encontrar en cuanto a investigaciones sobre los recursos arqueológicos y este tipo de turismo en nuestro país, ya que, debido a la gran recopilación de datos de diferentes entidades, ha conseguido establecer una dimensión real de lo que este tipo de

turismo implica en el territorio peninsular, así como delimitar el impacto turístico que tienen los yacimientos arqueológicos analizados.

Con la información que se ha recopilado, el autor ha elaborado las tablas que se pueden observar a continuación. La primera recoge el volumen total de visitas de los yacimientos más visitados en el año 2015 en España, y los que mayor impacto turístico han tenido. En la segunda se ordena de mayor a menor el porcentaje de impacto turístico. Este impacto se calcula en relación al número de visitantes totales de la Comunidad Valenciana, y se hace una regla de tres en base al número de visitas totales que han recibido los yacimientos, de ese modo se averigua realmente el impacto turístico del arqueoturismo. De hecho, señala al yacimiento arqueológico de la Poblada d'Ifach, uno de los objetos principales de estudio de esta investigación, como uno de los yacimientos arqueológicos más visitados de toda España. Para confirmar este hecho cabe mencionar como aclaración, que debemos tener en cuenta la ubicación en la que se encuentra este yacimiento: el Parque Natural del Peñón de Ifach, en Calp, y en el que existe un torno que cuenta las visitas al Parque. Por tanto, el hecho de que sea contabilizado como uno de los más visitados de toda España, y como se advierte en la investigación realizada por Fernández Ortea (2017), es porque se han incluido algunos yacimientos que tengan algún tipo de mecanismo de contabilización de visitantes. En este caso, el torno contabiliza a todos los visitantes que visitan este parque. En las figuras nº8 y nº9, podemos apreciar ese dato, y encontrar el mencionado yacimiento entre los más visitados:

Figura nº 8. Yacimientos arqueológicos más visitados en 2015 en España

| Yacimiento Conjunto | CCAA | Visitantes | Impacto Turístico | Cronología |
|---|-----------------|------------------|----------------------|--------------|
| El Born ³ | Cataluña | 1.851.502 | 4,94 % | Moderna |
| Conjunto de Tarraco | Cataluña | 560.724 | 1,49 % | Antigua |
| Conjunto Mérida y Museo Arte Romano | Extremadura | 489.431 | 10,52 % | Antigua |
| Museo de la Evolución Humana ^{4**} | Castilla y León | 370.466 | 2,23 % | Prehistoria |
| Teatro Málaga | Andalucía | 341.025 | 1,06 % | Antigua |
| Barcino | Cataluña | 331.194 | 0,88 % | Antigua |
| Altamira | Cantabria | 263.753 | 7,6 % | Prehistórica |
| Conjunto de Cartagena | Murcia | 262.621 | 7,1 % | Antigua |
| Alcazaba de Almería | Andalucía | 230.236 | 0,72 % | Medieval |
| Medina Azahara | Andalucía | 169.768 | 0,53 % | Medieval |
| Itálica | Andalucía | 148.449 | 0,46 % | Antigua |
| Ampurias | Cataluña | 139.227 | 0,43 % | Antigua |
| Poblado de Ifach | C.Valenciana | 130.000 | 0,56 % | Medieval |
| Caesargusta | Aragón | 115.943 | 1,46 % | Antigua |
| Dolmen de Antequera | Andalucía | 106.583 | 0,33 % | Prehistórica |
| Teatro de Sagunto | C.Valenciana | 78.497 | 0,34 % | Antigua |
| TOTAL | | 5.589.419 | 40,65 % | |

Fuente: Extraído de “Análisis cuantitativo del impacto del arqueoturismo en España” (Fernández Ortea, 2017)

Figura nº 9. Yacimientos arqueológicos con mayor impacto turístico en 2015

| Yacimiento Conjunto | CCAA | Visitantes | Impacto Turístico | Cronología |
|--------------------------------|--------------------|------------|----------------------|--------------|
| Conjunto Mérida y Museo Romano | Extremadura | 489.431 | 10,52 % | Antigua |
| Altamira | Cantabria | 263.753 | 7,6 % | Prehistórica |
| Conjunto de Cartagena | Murcia | 262.621 | 7,1 % | Antigua |
| Museo de la Evolución Humana | Castilla y León | 370.466 | 2,23% | Prehistoria |
| Tarraco | Cataluña | 560.724 | 1,49 % | Antigua |
| Caesaraugusta | Aragón | 115.943 | 1,46 % | Antigua |
| T.Bustillo | Asturias | 59.847 | 1,32 % | Prehistórica |
| El Castillo | Cantabria | 37.742 | 1,09 % | Prehistórica |
| Termas Campo Valdés | Asturias | 48.569 | 1,07% | Antigua |
| Teatro Málaga | Andalucía | 341.025 | 1,06 % | Antigua |
| Campa Torres | Asturias | 44.702 | 0,99 % | Antigua |
| Barcino | Cataluña | 331.194 | 0,88 % | Antigua |
| Alcazaba de Almería | Andalucía | 230.236 | 0,72 % | Medieval |
| Ekain | Euskadi | 30.000 | 0,63 % | Prehistórica |
| Poblado de Ifach | C.Valenciana | 130.000 | 0,56 % | Medieval |
| Medina Azahara | Andalucía | 169.768 | 0,53 % | Medieval |
| Itálica | Andalucía | 148.449 | 0,46 % | Antigua |
| Segóbriga | Castilla la Mancha | 49.317 | 0,43 % | Antigua |
| Atapuerca | Castilla y León | 67.197 | 0,40% | Prehistoria |

Fuente: Extraído de “Análisis cuantitativo del impacto del arqueoturismo en España” (Fernández Ortea, 2017)

Tal y como especifica el autor de la mencionada investigación, debería tomarse este dato con precaución, ya que la motivación principal de los visitantes no tiene porqué ser la arqueología, al estar algunos de los yacimientos analizados insertos en centros culturales, centros de interpretación, etc.

En este caso, la acusada afluencia de visitantes se refiere realmente al Parque Natural del Peñón de Ifach, y no al yacimiento en sí, ya que en la fase en la que se encuentra el yacimiento actualmente no permite que sea visitado por uno mismo. No obstante, este dato nos revela el gran potencial que tendrá cuando sí que esté adaptado para la visita. Esta singularidad le viene otorgada no solamente debido al gran valor arqueológico e histórico de la Poblado d’Ifach en sí, sino también la ubicación en la que se encuentra el yacimiento arqueológico, que es el Parque Natural más pequeño de toda la Comunidad Valenciana y el más visitado, sin dejar de mencionar el gran valor ecológico que tiene el mismo, con gran variedad de avifauna e incluso algunos endemismos de flora, como la “Silene d’Ifach”.

Para que nos hagamos una idea del número de visitantes que tiene cada día este parque y, por tanto, visitantes potenciales para el yacimiento arqueológico, los cuales podrían complementar su visita conociendo este gran recurso patrimonial arqueológico, aparte de realizar la subida hasta la cima por la senda que discurre por todo el Parque Natural, nos

vamos a ceñir a los datos que se nos ha facilitado por parte de la técnica de la Unidad de Gestión del Parque Natural del Peñón de Ifach, a la que se entrevistó por escrito, Ana María Vives Bishop. Según los datos proporcionados, que también pueden consultarse en las Memorias de Gestión del Parque Natural en la web oficial de Parques Naturales de la Generalitat Valenciana, desde el año 2005, que es cuando empezaron las excavaciones del yacimiento arqueológico de la Pobla d'Ifac, y hasta el año 2018, el total de visitantes que ha recibido el parque es de 1.616.875 personas. Esto significaría que, en ese periodo de 13 años, habrían subido al parque una media de 124.375 personas al año, o unas 10.364 al mes, o lo que es lo mismo, unas 345 personas cada día de los últimos 13 años. Cabe mencionar que esta afirmación es una simple media, ya que dependiendo de la época del año en la que nos encontremos, si es fin de semana, festivo, la cifra en un día puede ser mucho mayor. Es más, en los meses de verano, se viene realizando un control de los visitantes en la senda, donde no se permite más de 150 personas a la vez en todo el recorrido, ya que esto superaría la capacidad de carga estipulada para el parque natural. En un futuro no muy lejano, según la información facilitada en la entrevista con la técnica del parque, está previsto que se utilicen las instalaciones del Parque Natural, como el Aula de la Naturaleza o el Centro de Visitantes, para que los visitantes puedan realizar una visita cultural y natural, es decir, que los visitantes visitasen el yacimiento arqueológico, continuasen hasta el Centro de Interpretación y finalizasen con el ascenso al Peñón de Ifach, a través de su senda o a la inversa, o hasta donde desearan ellos mismos. Se concluye entonces que lo más interesante es que a corto plazo se incluyesen algunos elementos básicos de señalética, bajo las normas estéticas por las que se rige el Parque Natural, y habilitar las instalaciones de alguno de los edificios del parque como Centro de Interpretación, y poder así conocer los visitantes la historia del yacimiento. Sin ánimo de ser repetitivos, pero dado el interés que tiene para la presente investigación, cabe mencionar que en la tesis doctoral de Elisa Rico (2014), se hace un compendio de los diferentes yacimientos arqueológicos con una posible funcionalidad turística de la provincia de Alicante, como argumento para diversificar la oferta y renovación del destino, y articular un posible producto patrimonial en el territorio alicantino. Entre ellos se encuentra el municipio de Calp, con los dos yacimientos arqueológicos de Baños de la Reina, la Pobla d'Ifac y el Museo de Historia asociado a los yacimientos, como posibles yacimientos susceptibles de ser preparados para visita del público y conformar junto con otros la base del producto de arqueoturismo en la provincia de Alicante. Se puede afirmar con estos datos, que el municipio de Calp presenta una oferta arqueológica y museística

con posibilidades de ser ofrecida a los visitantes como futuro producto arqueológico, así como que el municipio de Calp representa un área de influencia, aunque considerada secundaria por la autora, en términos de punto de atracción arqueológico.

Para que el arqueoturismo se consolide como producto en la provincia de Alicante, es necesario agrupar los diferentes recursos arqueológicos y aunar esfuerzos entre comarcas, municipios y administraciones, para minimizar gastos y establecer sinergias para mantener la coherencia del producto arqueológico provincial.

6.- Análisis de experiencias de valorización turística del patrimonio arqueológico en la provincia de Alicante

Este apartado se dedicará al estudio de tres yacimientos arqueológicos y un museo de la provincia de Alicante. Se trata de la Villa Romana de L'Albir en L'Alfàs del Pí, la Illeta dels Banyets en el municipio de El Campello, el Tossal de Manises-Lucentum en la ciudad de Alicante, y el Vilamuseu, el Museo Municipal de La Vila Joiosa. Se ha elegido a este Museo por la capacidad interpretativa y de difusión en cuanto a elemento de conexión entre todos los recursos patrimoniales que existen en el municipio de La Vila Joiosa se refiere, y por ser un ejemplo para vincular en Calp la Poble d'Ifac con el Museo de Historia del municipio.

A través de la salida de campo como visita a estos yacimientos y al museo, se trata de implementar un proceso de *Benchmarking* de tipo funcional, para intentar conocer a fondo los yacimientos, identificar las buenas prácticas de los mismos, reconocer sus elementos positivos y negativos, así como otros datos relevantes, como el tipo de demanda que tienen estos recursos patrimoniales, su papel desde el punto de vista turístico, etc. También se ha realizado una entrevista presencial con Carolina Frías Castillejo, la directora del yacimiento de Villa Romana de l'Albir, y por escrito con Carmina Bonmatí Lledó, del departamento de difusión del museo Vilamuseu de La Vila Joiosa. Para los yacimientos de la Illeta dels Banyets y Tossal de Manises-Lucentum, solamente se ha podido entrevistar a los técnicos del Museo Arqueológico Provincial Alicantino (de ahora en adelante MARQ), que estaban trabajando ese día, y mostraron todo su interés en contestar a las preguntas, al no haber posibilidad de contactar con nadie del MARQ para obtener una cita para dichas entrevistas. En el momento de la visita, accedieron a contestar a las preguntas, no obstante, algunas no se pudieron contestar con exactitud, pero la colaboración fue muy buena.

Para este epígrafe, y al hilo de esta investigación, se ha elaborado una ficha técnica para cada yacimiento y el museo, donde se han incluido una serie de marcadores en cuanto a elementos de interpretación directos e indirectos (panelería, carteles, audioguías, etc.) y de recursos de interpretación indirectos (en caso de que existan) de los que dispone cada yacimiento y museo. También se han añadido apartados como comentarios positivos y negativos de la experiencia personal en la visita a los mismos, y algún comentario para contextualizar cada visita a los yacimientos en caso de que hubiera que hacer alguna especificación previa, como se verá por ejemplo en el Vilamuseu. La visita al yacimiento

de La Villa Romana de l'Albir se realizó en día miércoles 28 de agosto, y la visita al resto de los yacimientos de Illeta dels Banyets y Lucentum y el Vilamuseu se realizaron el mismo día, domingo 1 de septiembre, de 9h a 14h.

A través de las entrevistas, en la medida de lo posible y con las herramientas de las que se ha dispuesto, se da a conocer el perfil de la demanda, el papel del recurso desde el punto de vista turístico, la vinculación del yacimiento con otros yacimientos y/o museos, colaboraciones interdepartamentales si existen, entre otros datos de interés para la presente investigación. Estos datos quedan plasmados en otra ficha de gran utilidad, común a todos los yacimientos, y que permite, junto con la primera ficha individual de cada yacimiento, recoger las características de cada yacimiento y el museo visitado, los elementos positivos y negativos, conocer de primera mano la realidad de los mismos, establecer una aproximación a la demanda, con las características del tipo de visitante que reciben y el perfil del mismo, si se controla la afluencia a los mismos, etc. En definitiva, obtener una visión global de las características remarcables o a mejorar en base a lo que se ha analizado, y obtener información para confirmar la contribución al desarrollo turístico local que se deriva de la puesta en valor y conservación de estos recursos arqueológicos.

Cabe decir que estos recursos forman a su vez una potente red de recursos arqueológicos de primer orden en la provincia Alicante, entre otros muchos más que no se han tenido en cuenta para esta investigación, por no encontrarse en una zona litoral, donde se centra la presente investigación.

A través de la comparativa de estos casos análogos, al tratarse de recursos arqueológicos patrimoniales ubicados en el litoral alicantino, se tendrán en cuenta sus características más interesantes, las buenas prácticas entre otros, que pudieran ser de posible aplicación en cuanto a la selección de los elementos que pudieran tomarse como ejemplo y aplicarse en el yacimiento arqueológico de La Pobla d'Ifac, pero este punto se verá desarrollado en apartados posteriores.

6.1.- Introducción a los yacimientos litorales de L'Albir, Alicante, El Campello y La Vila Joiosa

La provincia de Alicante es un territorio rico en cuanto a patrimonio histórico, natural y arqueológico se refiere. Estos recursos se encuentran dispersos por todo el territorio y juntos conforman la gran oferta patrimonial, arqueológica y museística de la Costa

Blanca. Para el estudio de la presente investigación se han visitado los mencionados yacimientos y museo, donde a continuación se ve el estudio detallado de cada uno de ellos.

6.1.1.- Ficha individual de cada yacimiento y museo

Las fichas se han elaborado en base a las especificaciones del “Manual para la puesta en valor del patrimonio arqueológico al aire libre” del autor Víctor Manuel López-Mencheró Bendicho (2012), para establecer, a través de una serie de indicadores, los elementos e infraestructuras de interpretación directa e indirecta de los recursos patrimoniales estudiados, para conocer la dimensión turística de los mismos.

Yacimiento Villa Romana de L'Albir, L'Alfàs del Pi

| |
|--|
| <p>NOMBRE DEL YACIMIENTO: Villa Romana de l'Albir</p> <p>Ubicación: Bulevar dels Músics, 28, Playa de l'Albir, L'Alfàs del Pi</p> <p>Año de musealización: 2011</p> <p>Museo y/o Centro de Interpretación: Sí</p> <p>Elementos interpretativos: Sí</p> |
| <p>1. Elementos de Interpretación directa</p> |
| <p>Centro de Interpretación / Museo: Sí, con vitrinas, explicaciones, bancos y una pantalla. Es una sala amplia, tiene aire acondicionado y calefacción.</p> |
| <p>Cartelería / Panelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legibilidad. Sí, confort visual, letras blancas sobre fondo negro. Altura correcta que facilita la lectura de la misma. • Atracción. Se utilizan imágenes en los mismos, a color, con reconstrucciones virtuales, textos no muy extensos. Se plantean preguntas o datos curiosos que captan la atención del visitante. • Comprensión. <ul style="list-style-type: none"> ○ Textos jerarquizados. ○ Alrededor de 100 palabras, en algunos más, pero en general adecuados para su comprensión. ○ Lenguaje asequible, acompañado de imágenes y reconstrucciones muy visuales que ayudan a su fácil comprensión. ○ Traducciones en tres idiomas: castellano, valenciano e inglés. ○ Cartelería numerada por orden lógico. |
| <p>Audiovisuales: Existe un video en el Museo / Centro de Interpretación, pero no se ha llegado a visualizar porque era el horario de cierre.</p> |
| <p>Guías profesionales: El personal en prácticas realiza por su cuenta a veces visitas guiadas.</p> |
| <p>Audioguías / Videoguías: Existen tres IPADs, a modo de guía virtual con realidad aumentada, que reproducen las estancias de la Villa Romana y hacen la visita mucho más atractiva, comprensible y visual, al reproducir completamente como era en su época. Además, la reproducción viene acompañada de una explicación sonora que la hace mucho más comprensible aún si cabe.</p> |
| <p>Maquetas, dioramas, escenografías: Al inicio del itinerario, existe una maqueta que reproduce la Villa Romana en dos periodos históricos distintos.</p> |
| <p>Actividades y materiales didácticos: Existen un calendario con programación de visitas escolares.</p> |
| <p>2. Elementos de interpretación indirecta</p> |

| |
|---|
| <p>Itinerarios: Sí. Discurre de manera que facilita la visita, está numerado, y diferenciando entre espacios. Existen zonas de descanso. Los discursos son entendibles y atractivos, y se evita la masificación. No se especifica la duración aproximada de la visita, pero fueron unos 30-35 minutos.</p> |
| <p>Puntos de observación: Al estar la musealización por encima del yacimiento con una estructura metálica y discurriendo por una pasarela de madera, desde prácticamente todos los puntos, y junto con la cartelería y panelería, se pueden vislumbrar sin problema todas las partes de la Villa Romana.</p> |
| <p>Señalizadores in situ: marcadores de estructuras e indicadores de localización: No son necesarios dadas las características del yacimiento.</p> |
| <p>Elementos contextualizadores: Con la videoguía de la realidad aumentada es suficiente.</p> |
| <p>Otros</p> |
| <p>Capacidad de carga del yacimiento: 20-25 personas</p> |
| <p>Control de visitantes / encuestas: Se anota a través de una ficha el número de atenciones individuales, si son grupo, composición del grupo si son niños, adultos (pronto se diferenciará entre hombre y mujer), procedencia, si es residente o está de vacaciones, o si es un guía.</p> |
| <p>Comentarios</p> |
| <p>Positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrada gratuita al yacimiento. (Se paga por la videoguía 3€ si se desea). • El yacimiento se encuentra fácilmente accesible por coche y andando, ya que está señalizado desde la primera rotonda de entrada al municipio. Tiene dos parkings cerca, y las zonas de estacionamiento de las calles colindantes no son de estacionamiento controlado y limitado, es decir, de pago, lo que facilita el acceso al mismo. • El itinerario dentro del yacimiento está bien indicado y numerado, con un orden lógico. • A la llegada te atiende un conserje muy amable y la directora del yacimiento también es accesible. • Adaptado a minusválidos. |
| <p>Negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horario relativamente limitado, sobre todo en invierno • No existen suficientes tablets para la realidad aumentada (hay 3 solamente), aunque es comprensible, es un dispositivo caro. • Se podría aprovechar la sala donde se encuentra el conserje para poner algún expositor con los folletos en los diferentes idiomas. • Falta de folletos informativos, no había en todos los idiomas, y no se pueden coger libremente, hay que pedirlos. |

Elaboración propia

Tossal de Manises-Lucentum, Alicante

| |
|--|
| NOMBRE DEL YACIMIENTO: Tossal de Manises-Lucentum, Alicante |
| Ubicación: C/Zeus, Alicante |
| Año de musealización: 1998 |
| Museo y/o Centro de Interpretación: No in situ. Es el MARQ |
| Elementos interpretativos: Sí |
| 1. Elementos de Interpretación directa |
| Centro de Interpretación / Museo: No en el lugar del yacimiento, ya que se trata del MARQ. |
| Cartelería / Pannería: *Se echa en falta pannería en muchas estancias y dependencias del yacimiento. <ul style="list-style-type: none">• Legibilidad. Sí, buena legibilidad, letras granates sobre fondo amarillo. Altura correcta en algunos puntos, en otros los carteles están alejados o a otras alturas, adaptados a minusválidos o niños.• Atracción. Se utilizan imágenes en los mismos, a color, con reconstrucciones virtuales, textos en numerosas ocasiones muy extensos. No ofrece datos curiosos que capten la atención. Remarcar que en cada uno de ellos te indica donde te encuentras.• Comprensión.<ul style="list-style-type: none">○ Textos no jerarquizados.○ En repetidas ocasiones, más 100 palabras en algunos de ellos.○ Lenguaje asequible, pero con muchos tecnicismos y textos largos. Estos siempre van acompañados de imágenes y reconstrucciones muy visuales que ayudan a una mejor comprensión.○ Traducciones en tres idiomas: castellano, valenciano e inglés○ Las diferentes zonas no están numeradas por un orden lógico, en su lugar unas flechas. |
| Audiovisuales: Existe un televisor a la entrada del recinto del yacimiento, en el que se debería de exponer un vídeo, pero según los trabajadores que estaban el día de la visita, hasta ese momento aún no ha funcionado. |
| Guías profesionales: Se realizan visitas guiadas y teatralizadas con regularidad, pero en el momento de la visita no se informó de la realización de la misma. Cabe mencionar que en la web de turismo de Alicante la información de la visita guiada era errónea. |
| Audioguías / Videoguías: Todo este material se puede encontrar en el MARQ. Se echa de menos algún elemento de este tipo en el yacimiento. No obstante existen unos códigos QR |
| Maquetas, dioramas, escenografías: No |
| Actividades y materiales didácticos: Sobre todo las actividades están programadas en invierno con colegios e institutos. Existe un folleto y librito didáctico para las visitas con niños. |

| |
|--|
| 2. Elementos de interpretación indirecta |
| Itinerarios: Sí, aunque mejorable. Se evita la masificación. No se especifica la duración aproximada de la visita, pero fue 1h aproximadamente. |
| Puntos de observación: Sí |
| Señalizadores in situ: marcadores de estructuras e indicadores de localización: Gravas de colores |
| Elementos contextualizadores: Sí. Se reproducen algunas partes de edificaciones que ya no existen o están en ruinas. |
| Otros |
| Capacidad de carga del yacimiento: Según la información facilitada, no se controla estrictamente la capacidad de carga, ya sea porque la presencia de visitantes es fluida y sin aglomeraciones, y porque las características y dimensiones del yacimiento permiten que haya muchos visitantes. |
| Control de visitantes / encuestas: Es posible que no se controle debido a la magnitud del yacimiento y puesto que no existe una afluencia masiva. No obstante, se pregunta la procedencia de los visitantes. |
| Comentarios |
| <p>Positivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio asequible y combinable con otros museos y yacimientos. • Las zonas de estacionamiento de las calles colindantes no son de pago, lo que facilita el acceso al mismo. • Amplio horario de apertura, también en invierno. • Material didáctico para niños. • Adaptado a minusválidos. |
| <p>Negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El yacimiento se encuentra fácilmente en coche solo hasta un punto en el que, si no se dispone de gps, no se llega fácilmente. No hay ninguna señal que te indique por donde ir una vez aparcado. • El itinerario dentro del yacimiento no está excesivamente indicado y numerado con un orden lógico. • Este hecho se ve agravado al no disponer el personal de ningún folleto con un plano del yacimiento, lo que ayudaría a orientarse mejor una vez allí, por ello se echa en falta material informativo. Se podría aprovechar la sala donde se encuentran los técnicos para poner algún expositor con los folletos en los diferentes idiomas. • Se echan en falta zonas de sombra en la época estival. |

Elaboración propia

Illeta dels Banyets, El Campello

| |
|---|
| NOMBRE DEL YACIMIENTO: Illeta dels Banyets |
| Ubicación: C/ del Tío Galván, El Campello |
| Año de musealización: 2005 |
| Museo y/o Centro de Interpretación: No in situ. Es el MARQ |
| Elementos interpretativos: Sí |
| 1. Elementos de Interpretación directa |
| Centro de Interpretación / Museo: No en el lugar del yacimiento, ya que se trata del MARQ. |
| Cartelería / Panelería: <ul style="list-style-type: none">• Legibilidad. Sí, confort visual, letras negras sobre fondo naranja. Altura correcta, quizás levemente baja.• Atracción. Se utilizan imágenes en los mismos, a color, con reconstrucciones virtuales, textos no muy extensos. Remarcar que en cada uno de ellos te indica donde te encuentras.• Comprensión.<ul style="list-style-type: none">○ Textos no muy extensos, de alrededor de 100 palabras, en algunos más, pero en general adecuados para su comprensión.○ Lenguaje asequible, acompañado de imágenes y reconstrucciones muy visuales que ayudan a su fácil comprensión.○ Traducciones en tres idiomas: castellano, valenciano e inglés○ No están numeradas, aunque sí delimitado por dónde empezar la ruta, luego la lógica te va conduciendo a cada una de las dependencias. |
| Audiovisuales: No. |
| Guías profesionales: Se realizan visitas guiadas y teatralizadas con regularidad. |
| Audioguías /Videoguías: No. Disponían de un dispositivo estilo smartphone, pero dejaron de utilizarlo porque la luz del sol reflejaba tanto que no se podía apreciar lo que este mostraba. |
| Maquetas, dioramas, escenografías: No |
| Actividades y materiales didácticos: Existe un folleto y librito didáctico para las visitas con niños. |
| 2. Elementos de interpretación indirecta |
| Itinerarios: Sí. Discurre de manera que facilita la visita, y diferenciando espacios y épocas. Existen zonas de descanso. Los discursos son entendibles y atractivos, y se evita la masificación. No se especifica la duración aproximada de la visita, pero fueron unos 30 minutos. Existe un itinerario natural en la zona este de la isla, donde se señalizan especies vegetales también. |

| |
|--|
| Puntos de observación: Se camina por todo el yacimiento apreciando bien las diferentes zonas, pero de la manera que se muestra al público da sensación de homogeneidad y que se están viendo elementos arqueológicos similares durante toda la visita, aunque las gravas de colores y la especificación de las diferentes épocas ayuda a diferenciarlos. En la zona este de la Illeta hay un punto de observación de las piscifactorías romanas. |
| Señalizadores in situ: marcadores de estructuras e indicadores de localización: Gravas de diferentes colores. |
| Elementos contextualizadores: Se reproducen algunas partes de edificaciones en ruinas o que están deteriorados. |
| Otros |
| Capacidad de carga del yacimiento: 75 personas |
| Control de visitantes / encuestas: se pregunta la procedencia de los visitantes y existe una encuesta para rellenar, pero no se ofreció hacerla en el momento de la visita. |
| Comentarios |
| Positivos: <ul style="list-style-type: none"> • El itinerario dentro del yacimiento está bien indicado, con un orden lógico. • Personal amable y dispuesto a explicar • Precio asequible y combinable con otros museos y yacimientos • Las zonas de estacionamiento de las calles colindantes no son de pago, lo que facilita el acceso al mismo. • Amplio horario de apertura, también en invierno. • Material didáctico para niños |
| Negativos <ul style="list-style-type: none"> • El yacimiento se encuentra fácilmente accesible por coche y andando, pero la señalética para acceder a él es prácticamente nula, hecho advertido también por el personal del MARQ. • Se echa en falta recursos de interpretación de audioguías, realidad virtual o aumentada. • Se echa en falta folletos informativos, no había en todos los idiomas. • El entorno está masificado por las famosas calas y playas de alrededor. |

Elaboración propia

Vilamuseu, La Vila Joiosa

NOMBRE DEL MUSEO: Vilamuseu

Ubicación: C/Colón 57, Villajoyosa

Año de musealización: 2016

Museo y/o Centro de Interpretación: Sí

Elementos interpretativos: Sí

Observaciones:

El museo se estructura en:

- La Planta 0 se encuentra la recepción con información, la tienda y la consigna, la sala de lactancia y la zona de descanso el acceso a las diferentes zonas, la información, tienda.
- En la primera planta la exposición permanente.
- En la planta -1, se encuentran las exposiciones temporales (actualmente el Pecio Bou Ferrer y Tesoros de la Vila).
- En la planta -2, se encuentran los laboratorios.

Este museo es pionero en cuanto a accesibilidad de todos los tipos se refiere, y adaptación de sus contenidos a diferentes tipos de públicos. En todas y cada una de sus salas, estancias, exposiciones talleres...existen diferentes elementos inclusivos para diferentes colectivos (niños, personas con diferentes grados de discapacidad) ... A través de estos diferentes elementos de interpretación adaptados, se permite llegar a todo tipo de públicos, sin discriminar entre colectivos. Además, el discurso histórico está planificado desde la creatividad, la autenticidad y la innovación de los contenidos.

1. Conexión del museo con los yacimientos y resto de recursos patrimoniales

En el propio museo existe una exposición denominada “Los tesoros de La Vila”, e información sobre la historia del municipio.

El museo tiene contenidos, pero también información de otros puntos de interés del municipio. Se trata de que los turistas tengan una base de la historia y provocar que quieran conocer más.

Desde la web de Vilamuseu, se proponen tres rutas para conocer el patrimonio histórico y arqueológico del municipio. El museo actúa digamos como elemento conector de todo el patrimonio cultural que posee La Vila Joiosa.

El Vilamuseu es una red de museos (Vilamuseu y La Barbera dels Aragonés) y de los monumentos del municipio.

2. Elementos de Interpretación directa

Centro de Interpretación / Museo: Es un museo, con una exposición permanente, 3 temporales y unos laboratorios en la parte baja.

Cartelería / Panelería:

- **Legibilidad.** Sí, confort visual, letras blancas sobre fondo negro. Altura correcta que facilita la misma, tanto para adultos como para niños.
- **Atracción.** Se utilizan imágenes en los mismos, a color, con reconstrucciones virtuales, textos no muy extensos. Preguntas o datos curiosos captan la atención. En muchos de ellos se encuentran textos en braille y televisores con explicaciones en lenguaje de signos.
- **Comprensión.**
 - Textos jerarquizados.

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Normalmente de menos de 100 palabras, adecuados para su comprensión. ○ Lenguaje asequible, acompañado de imágenes y reconstrucciones muy visuales que ayudan a su fácil comprensión para todos los públicos. ○ Traducciones en tres idiomas: castellano, valenciano e inglés. ○ Todas las salas están numeradas por orden lógico. |
| Audiovisuales: A lo largo del recorrido en el museo, existen diferentes audiovisuales, incluso música y explicaciones en las salas, dependiendo de donde nos encontremos. Existe una sala donde, cuando terminamos la visita, se nos ofrece ver un vídeo de unos 20 minutos que resume nuestra visita al Vilamuseu. |
| Guías profesionales: Dentro de todas las actividades que se realizan en el Vilamuseu, existen visitas guiadas, teatralizadas, talleres, conferencias, jornadas... |
| Audioguías/Videoguías, maquetas, dioramas, escenografías: Existen diferentes elementos interpretativos según en la zona en la que nos encontremos, elementos interactivos como ropa de época romana o griega para que las prueben adultos o niño, mesas sensoriales, escenografías, piezas táctiles, reproducciones.... |
| Actividades y materiales didácticos: Existen un calendario con programación de actividades estivales para niños y el apartado “Vilakids”. En las diferentes zonas del museo existen elementos interpretativos como lectura fácil para niños, talleres para ellos, juegos de la época, interpretaciones de fácil comprensión... |
| 3. Elementos de interpretación indirecta |
| Itinerarios: Sí. Discurre de manera que facilita la visita, está numerado, y diferenciando entre espacios. Existen zonas de descanso. Los discursos son entendibles y atractivos, y se evita la masificación. La duración de la visita media es de 1,5h / 2h. |
| Puntos de observación: El museo ofrece una accesibilidad visual e intelectual alta, con planos en cada planta (también en braille, y zonas abiertas e iluminadas que reducen la sensación de claustrofobia). |
| Otros |
| Capacidad de carga del museo: actualmente no existe ningún problema en cuanto a masificación del museo, no obstante, con grupos de personas se trata de que no coincidan para no molestar, y se ofrece a cada grupo visitar una exposición diferente. |
| Control de visitantes / encuestas: Se dispone de una encuesta y de un libro de firmas para evaluar la satisfacción de los visitantes. |
| Observaciones en cuanto a accesibilidad. Debido a las características del museo, y ya que en la web del mismo se especifica toda la información en cuanto a los diferentes niveles de accesibilidad, se ha modificado la ficha con respecto a los yacimientos, y se incluye este apartado de accesibilidad, para abarcar todas las especificaciones en cuanto a la accesibilidad se refiere, debido a que estas merecen una especial mención. |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| <p>ACCESIBILIDAD</p> <p>-Entrada gratuita para discapacitados acreditados y sus asistentes.</p> <p>-Ascensor público con capacidad para 13 personas con numeración y directorio visual y en braille. Este dispone de puertas de cristal con espejo en la pared de enfrente para visualizar cualquier incidencia desde fuera.</p> <p>-Ascensor con gran capacidad (48 personas) para acoger a grandes grupos con silla de ruedas.</p> <p>-Zona de descanso: al menos una zona por piso, y también dentro de las exposiciones.</p> <p>-Mostrador de información: donde el personal informa sobre todos los servicios, espacios, exposiciones y programación del museo.</p> <p>-Planos de orientación: en cada núcleo de comunicación de cada piso existen planos táctiles, audiodescriptivos con directorios y servicios.</p> <p>-Servicio de consigna</p> | <p>ACCESIBILIDAD FÍSICA</p> <p>-Acceso: el acceso desde la calle es accesible a sillas de ruedas, así como todos los espacios dentro del museo, amplios y accesibles.</p> <p>-Mostrador de información: también accesible, con parte hueca en el mobiliario, así como altura adecuada.</p> <p>-Aseos accesibles: se encuentran en todos los pisos del museo, con lavabo también integrado, en casi todos cambiador de bebés.</p> <p>-Rampa: une el piso 0 y 1, totalmente accesible, poco desnivel y dispone de pasamanos a dos alturas.</p> <p>Puertas: las de acceso son automáticas, las de los aseos abatibles, menos en piso uno que es corredera.</p> <p>Ascensores: dos, uno de ellos con gran capacidad.</p> | <p>ACCESIBILIDAD VISUAL</p> <p>Planos de orientación: planos táctiles con audiodescripción en el mostrador de información y en todos los pisos donde desembarcan los ascensores, rampa y escaleras.</p> <p>Puertas: contraste de color entre ellas y las paredes, para su correcta identificación. Las de entrada llevan vinilos en blanco para su identificación.</p> <p>Perros guía: Autorizada la entrada a museo de perros guía y de asistencia. Además, se dispone de abrevadero y pipican para los mismos.</p> <p>Espacios: bien iluminados y contrastados, así como el mobiliario. Señalética con textos en macro tipo también contrastados acompañados de pictogramas.</p> | <p>ACCESIBILIDAD AUDITIVA</p> <p>Bucle magnético: disponible para usuarios de audífono o implante coclear en el mostrador y en la Sala A del museo.</p> <p>LSE: Códigos QR que enlazan a vídeos con Lengua de Signos Española. Para las actividades del museo, si se avisa con 15 días de antelación, también se puede solicitar este servicio.</p> <p>Recursos sonoros: Todos los recursos del museo que llevan audio se complementan con, o bien subtítulos, texto escrito y/o vídeo en LSE.</p> | <p>ACCESIBILIDAD INTELECTUAL</p> <p>Espacios abiertos, iluminados y con comunicación visual entre los mismos, a través de cristaleras. Señalización clara del enramado señalético, textos macrotipos contrastados y pictogramas.</p> |
|---|---|---|--|---|

Comentarios

Positivos:

- Entrada gratuita al museo los domingos. El precio es barato, y con reducciones para grupos, jubilados, discapacitados...
- El museo se encuentra fácilmente accesible por coche y andando, en cuanto a indicaciones se refiere, ya que está bien señalizado desde que se entra en el municipio.
- El itinerario dentro del museo está bien indicado y numerado, con un orden lógico, planos y paneles.
- A la llegada te atienden y te explican las exposiciones permanentes e itinerantes, y te facilitan toda la información con folletos. Durante la visita se acercan por las exposiciones para aclarar cualquier duda que pueda surgir.

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Gran amplitud horaria, en verano e invierno. |
| Negativos <ul style="list-style-type: none">• Zona de estacionamiento regulado y dificultad para aparcar cerca. |

Elaboración propia

6.1.2.- Ficha comparativa de los yacimientos y el museo

| Nombre del yacimiento y ubicación | LA VILLA ROMANA (L'Alfàs / Albir) | VILA MUSEU (La Vila Joiosa) | ILLETA DELS BANYETS (El Campello) | TOSSAL DE MANISES. LUCENTUM (Alicante) |
|--|--|---|---|--|
| Tipo de turistas mayoritarios del yacimiento | Nacional: familiar, el tipo de turista que predomina en el Albir Extranjeros: noruegos y británicos | De octubre a mayo muchos turistas jubilados, sobre todo del IMSERSO. Durante todo el año turismo familiar. Durante el invierno bastantes extranjeros. | 50% nacional-50% internacional | Nacional: Sobre todo familiares Extranjeros: ingleses |
| Papel del yacimiento desde el punto de vista turístico | Doble perspectiva: turística y patrimonial, el yacimiento es un elemento dinamizador del patrimonio en el municipio. | Vilamuseu tiene contenidos, pero también información de otros puntos interesantes dentro del término municipal: como torres de vigía, torre romana de Sant Josep u otros museos. Se trata de que el visitante tenga una base de la historia y patrimonio de la ciudad y decida seguir conociendo más. | Consultada la web del MARQ, la memoria del año 2016, un elemento al sol y playa alicantino, como lo pueden ser los otros recursos patrimoniales | Consultada la web del MARQ, la memoria del año 2016, un elemento al sol y playa alicantino, como lo pueden ser los otros recursos patrimoniales |
| Perfil de la demanda | Colegios, asociaciones (discapacitados, culturales, profesionales) | Público familiar, escolares, grupos de jubilados (principalmente) | Familias y parejas. | Grupos escolares |
| Recursos / elementos de interpretación del yacimiento /museo | <ul style="list-style-type: none"> • Paneles • Macro caracteres, • Traducción en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) • Guía virtual con realidad aumentada • Maqueta • Reproducción audiovisual | <ul style="list-style-type: none"> • Textos interpretativos tanto en exposiciones como en paneles en rutas por el municipio • Niveles de información: lectura fácil, textos, audiovisuales, QR con más contenido • Visitas guiadas y teatralizadas • Interactivos: ropa de época romana o griega para que el visitante se la pruebe, escenografías, mesas sensoriales, piezas táctiles, reproducciones... | <ul style="list-style-type: none"> • Macro caracteres, • Traducción en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) • Códigos QR | <ul style="list-style-type: none"> • Paneles • Macro caracteres, • Traducción en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) • Códigos QR |
| Plan de Interpretación | No, se llevó a cabo la Musealización en 2011, año que se abrió al público. | Se tiene un proyecto para cada exposición y para cada recurso fuera del museo. | Se está contemplando la posibilidad de utilizar para realizar un centro de interpretación en el antiguo cuartel de la guaria civil ubicado enfrente del yacimiento. | |
| Vinculación del yacimiento con otros yacimientos /museos | Oficialmente no, pero históricamente con el Vilamuseu. Este año el yacimiento fue Sede del "Festum Alonis", un festival de recreación histórica que se lleva celebrando en el vecino municipio de La Vila Joiosa desde el 2015. | Vilamuseu es una red de museos (Vilamuseu y La Barbera dels Aragonés) y de monumentos (casco histórico, torres de huerta, torres de costa, santuario de la Malladeta y torre de Sant Josep), pero también se gestionan otros elementos mediante rutas urbanas autoguiadas con paneles y QRs). | MARQ, Lucentum, Pla de Petracos, Torre de la Almudaina | MARQ, Illeta dels Banyets, Pla de Petracos, Torre de la Almudaina |

| | | | | |
|--|---|---|--|--|
| | Conectado en el mismo municipio con el Faro de l'Albir y la Torre Bombarda. | | | |
| Información sobre los visitantes | La directora del yacimiento advierte que existen muchos datos que se generan, pero no se explotan por falta de personal. | Se dispone de una encuesta y, por los resultados obtenidos, la duración media de la visita es entre 1,5 y 2 horas. En general se tiene un alto índice de satisfacción. Se sabe por las encuestas, por el libro de firmas y por las valoraciones y comentarios en Google My Bussiness. | El índice de satisfacción es alto. Según la memoria de gestión del MARQ del año 2016, el índice de satisfacción general es de un 8,1 para todos sus yacimientos | En general buena satisfacción. Se tarda aproximadamente 1h en realizar la visita. Según la memoria de gestión del MARQ del año 2016, el índice de satisfacción general es de un 8,1 para todos sus yacimientos |
| Contribución de la musealización a preservar el yacimiento | Definitivamente. Si no fuera por esa razón, no habría yacimiento. | En este caso no es un yacimiento, pero que contribuye a dar a conocer la historia y los recursos patrimoniales del municipio. | Sí | Sí |
| Control de la afluencia y capacidad de carga de yacimiento | A través de una ficha. La capacidad de carga son unas 20-25 personas. Si son un grupo de 30 por ejemplo, se es flexible. | En el museo y en los monumentos que actualmente están abiertos al público no existen problemas al respecto. En el museo se trata de que no coincidan grupos grandes en la misma exposición para que no se molesten. Al segundo grupo se le propone ver un audiovisual introductorio u otras exposiciones del museo mientras va acabando el primero. | Sí, no puede haber más de 75 personas. | No se controla realmente, al ser un yacimiento de dimensiones relativamente grandes. |
| Aplicaciones o recursos visuales interpretativos para una mejor comprensión del yacimiento | La guía virtual de realidad aumentada, disponible desde el 2015, implantada por el Grupo Virtual de la Universidad de Alicante. | En los yacimientos/monumentos existe pannería interpretativa que puede tener recreación de cómo era la zona o el monumento en su momento de uso, fotografías antiguas o información extra mediante código QR. En el museo, además, se hacen visitas guiadas donde se puede personalizar los contenidos según el interés del visitante y ampliar más si así lo solicitan. | No, se encuentran en el MARQ. El dispositivo comentado anteriormente, pero que con la luz directa del sol no se podían apreciar las imágenes. Actualmente solo el código QR. | No, se encuentran en el MARQ. Actualmente solo el código QR. |
| Relaciones de colaboración entre el yacimiento y la gestión turística del municipio | Existe poca colaboración. No obstante se mantiene una relación continua con la oficina de turismo del municipio. | El museo está implicado en muchos de los eventos turísticos de la ciudad, bien como lugar a visitar, como colaborador, o como espacio. La última edición de la Mostra de la Cuina Marineria se presentó en el Vilamuseu, por poner un ejemplo. Se trata de tener una comunicación fluida con el departamento de turismo y el personal de la oficina de turismo para detectar necesidades y que ofrezcan una información lo más veraz y actualizada posible. | Buena. Las visitas teatralizadas por convenio de colaboración las realiza el ayuntamiento. | |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| Documentos o planes relativos a la puesta en valor del recurso que se puedan consultar | Actas de las II Jornadas de Museos y Colecciones Museográficas Permanentes de la Comunidad Valenciana. Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión Turística del Patrimonio Arqueológico | | | |
|---|---|--|--|--|

6.2.- Estudio de los casos análogos

En este punto, y con la recopilación de la información y de datos relativa a los yacimientos y al museo, en este apartado se analizan conjuntamente los puntos fuertes y débiles de estos recursos, sus similitudes y divergencias, las características comunes a ellos, puntos a mejorar, etc. Es decir, sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en base al estudio realizado.

También se dota de sentido a las páginas anteriores mostrando a través de las fotografías de la salida de campo, los elementos interpretativos de los recursos de manera visual y el estado de los mismos. Se establece también una comparativa del tipo de turistas que reciben los yacimientos, así como un perfil aproximado de la demanda. También se analiza el papel de los mismos desde el punto de vista turístico y, como se ha dicho, un análisis de los elementos interpretativos presentes en cada uno de ellos, la vinculación con otros yacimientos, su adecuación para la visita y uso turístico de los mismos, si la musealización en caso de que la haya habido, ha contribuido a preservar el recurso, si se controla o no la capacidad de carga de los mismos, si existen relaciones de colaboración entre la gestión del yacimiento y el departamento de turismo, entre otros.

También cómo se ponen en valor estos yacimientos y el museo, la identidad de los mismos y, para como se explica en apartados anteriores, establecer la contribución al desarrollo turístico que se deriva de la mencionada puesta en valor de estos recursos. Como ya se ha dicho, el estudio de caso de estos yacimientos puede aportar ideas y buenas prácticas que posteriormente se puedan aplicar al yacimiento arqueológico de la Población d'Ifac, por eso a través de la estrategia de *Benchmarking*, se seleccionará y extraerá la información que se crea conveniente de posible aplicación en el objeto de estudio de la presente investigación.

6.2.1.- Principales conclusiones del estudio individual y comparativo

En líneas generales, las conclusiones que se pueden obtener de las ficha individual y colectiva de los yacimientos y el museo son las siguientes:

ACCESIBILIDAD

-En cuanto a cómo llegar a los yacimientos y al museo, si una persona se desplaza en coche a visitarlos, los que mejor señalizados están desde que se accede al municipio y se van siguiendo las indicaciones donde se encuentran son, por orden:

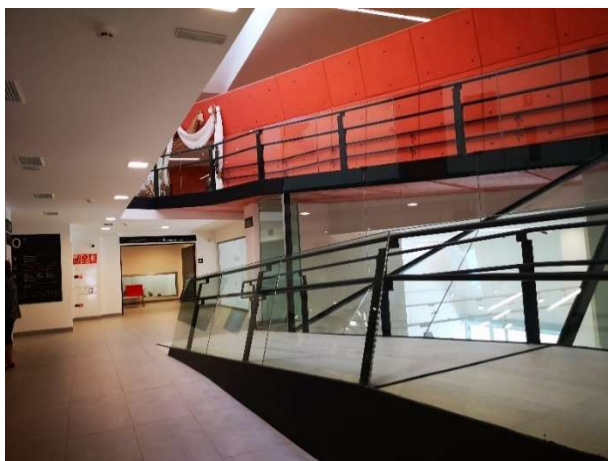
- La Villa Romana de l'Albir, al que también se destaca por las grandes posibilidades de parking alrededor del yacimiento.

- Para el Vilamuseu, está también correctamente indicado, pero en cuanto al estacionamiento, es más complicado, hay falta de sitio para aparcar, y las calles colindantes son de estacionamiento regulado de pago.
- Para llegar a Lucentum, está bien señalizado hasta un punto en el que ya se ha de usar el gps, ya que no está indicado en los alrededores, ni para ir en coche ni andando. Es más, a la entrada del yacimiento no hay ninguna cartelería, sin embargo, se encuentra sitio para aparcar fácilmente.
- Para llegar a la Illeta dels Banyets, y como manifestaba la trabajadora, no existe ningún elemento de cartelería que señalice cómo llegar. Es necesario el gps o un plano para poder llegar al lugar. Al ser la zona del Club Náutico de el Campello, el aparcamiento tampoco es fácil si no se llega pronto.

-En cuanto accesibilidad a todos los niveles, se encuentra a la cabeza Vilamuseu por todo lo que se ha comentado, después se situaría a la Villa Romana de L'Albir y Lucentum por accesibilidad en silla de ruedas. Quizás el menos adaptado sea la Illeta dels Banyets, pero la orografía del terreno influye en este hecho, sobre todo para llegar a él, ya que el yacimiento en sí, sí que está adaptado para visitarlo en silla de ruedas.



Detalle accesibilidad Lucentum, donde el camino es plano y de fácil acceso para un minusválido. La panelería está a una altura accesible. *Foto de la autora.*



Detalle accesibilidad Vilamuseu, con rampa accesible al 8% de desnivel, que incluye pasamanos a ambos lados y con descansillos a lo largo de ella. *Foto de la autora.*



A través de la rampa flotante se puede acceder con silla de ruedas por el yacimiento Villa Romana de L'Albir. *Foto de la autora.*

CENTROS Y ELEMENTOS DE INTERPRETACIÓN

-En cuanto a centros de interpretación:

- Destaca el centro de interpretación / museo de La Villa Romana del'Albir, por su síntesis, elementos de fácil comprensión y panelería, y el hilo fácil de seguir del discurso histórico, hace atractivo verlo antes o después de la visita.
- Aunque el centro de interpretación/museo de los yacimientos de la Illeta dels Banyets y Lucentum sea el MARQ, se echa en falta información interpretativa in situ de los yacimientos, ya que, si solo se va a ver los yacimientos, uno se queda con la sensación de que le ha faltado comprender algunos elementos.

- Vilamuseu dispone de información de los yacimientos y elementos patrimoniales de la Vila Joiosa, y con su discurso innovador, auténtico y creativo, invita al visitante a descubrir más de este enclave una vez visitado el museo.



Detalle Centro de Interpretación Villa Romana de L'Albir, donde se incluye un vídeo explicativo de lo que se va a ver antes de visitar el yacimiento, y donde brevemente se explica la historia del mismo. *Fotos de la autora.*

-Lo mismo ocurre con los elementos interpretativos, en cuanto a cartelería, guías, audioguías:

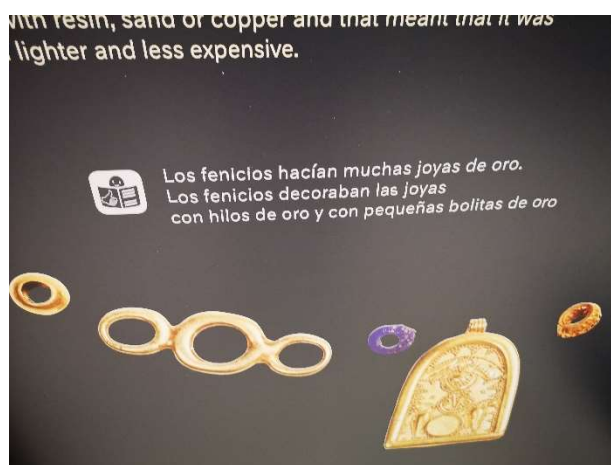
- El Vilamuseu se encuentra por delante, por el hecho de la reciente apertura y que se ha invertido e incidido mucho en la accesibilidad e interpretación y nueva museología a todos los niveles.
- La Villa Romana tiene un elemento interpretativo adaptado a su yacimiento que es el IPAD de realidad aumentada, y disponible una audioguía en el Centro de Interpretación. Con adaptado a su yacimiento nos referimos a que es un yacimiento no excesivamente grande, y el recurso interpretativo tiene un alto coste, por tanto, existen 3 IPADs para todo el yacimiento.
- La Illeta y Lucentum también disponen de panelería, aunque en estos dos últimos, se echa en falta algún elemento dinamizador como un vídeo introductorio de la visita o simplemente una zona de descanso donde se resuma, ya sea o bien en panelería o bien con una reproducción de lo que se va a visitar.



Detalle Realidad Aumentada Villa Romana



Interpretación para niños Vilamuseu



Detalle lectura fácil niños Vilamuseu



Recurso de interpretación Inclusivo Braille Vilamuseu



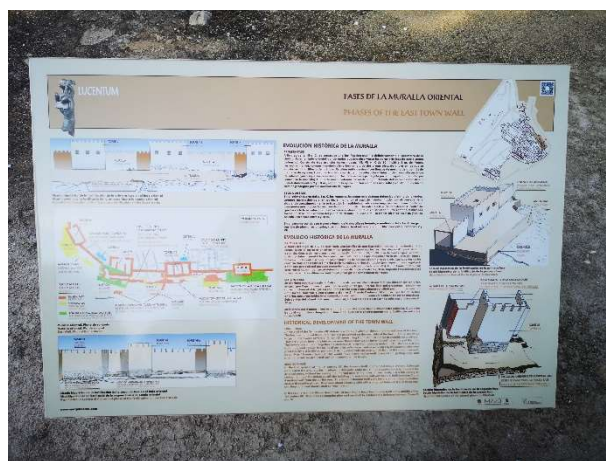
Detalle audiovisual con lenguaje de signos en Vilamuseu / Recreación histórica a través de vestimentas en Vilamuseu



Todas las fotografías de esta página han sido realizadas por la autora.



Detalle panelería Illeta dels Banyets



Detalle panelería Lucentum



Detalle panelería Villa Romana de L'Albir



Detalle panelería accesible de indicación Vilamuseu

Todas las fotografías de esta página han sido realizadas por la autora.

-En todos los yacimientos y el museo, la panelería y mayoría de elementos está traducido al español, valenciano e inglés.

-En cuanto a la disposición de folletos informativos, en los tres yacimientos faltaba en algún idioma, no existía ningún plano orientativo para la visita ni tampoco se facilitó en el idioma deseado un folleto informativo, por tanto, este tipo de materiales, bajo un punto de vista turístico es necesario y mejorable. En el Vilamuseu se proporcionaron en todos los idiomas y de variada temática. No obstante, cabe mencionar que en la Illeta y Lucentum si disponían de un cuadernillo didáctico para conocer el yacimiento con niños, hecho que pone de manifiesto las visitas escolares que reciben.

-En cuanto a visitas guiadas y teatralizadas, elemento que ayuda a comprender mucho mejor la época y el discurso que se intenta transmitir, aparte de ser muy útil también para visita con niños, se

encuentra presente en todos los casos estudiados, ya que se hacen con frecuencia en todos los yacimientos y el museo.

-Como yacimientos, se podría considerar más espectaculares Lucentum y la Illeta dels Banyets, por sus dimensiones y por la aparente presentación. Sin embargo, los detalles están más cuidados en La Villa Romana de l'Albir y en el Vilamuseu, donde el hecho de que se ha tenido en cuenta la accesibilidad, sobre todo en Vilamuseu (también hay que decir que el museo es de construcción más reciente y se ha hecho una gran inversión en cuanto a interpretación, accesibilidad y nueva museología) está adaptado a todo tipo de públicos, lo que hace que la visita a los mismos sea muy inclusiva, mucho más visual, y, en definitiva, mucho más interpretativa que en los otros yacimientos. Cuando se visita Lucentum y la Illeta dels Banyets se percibe una estandarización de los yacimientos.

-En general, los itinerarios de los yacimientos y del museo tienen un recorrido lógico, numerado, que facilita la visita de los mismos, a excepción de Lucentum, que por su magnitud puede resultar un poco más confuso.

-Destacar también los elementos interpretativos de que disponen, ya que facilitan la comprensión sobre todo de los yacimientos arqueológicos, en referencia a la ya mencionada dificultad de comprensión que tienen estos recursos, debido normalmente al hecho de la antigüedad de las edificaciones, y a su posible estado de ruina. También a la poca monumentalidad y atractivo que suelen poseer respecto a otros recursos mejor conservados, por eso son de agradecer las reproducciones virtuales en pannería, los audiovisuales, la realidad aumentada, los códigos QR y todo elemento interpretativo que facilite la comprensión de lo que se quiere transmitir.

-En muchos de estos yacimientos no existe un Plan de Interpretación, o está en fase de estudio, pero el hecho de que se hayan musealizado siempre ha sido positivo, ya que esto ayuda sin ninguna duda a la protección del recurso. Si a este uso turístico se le añaden o aplican medidas de control de capacidad de carga si fuera necesario, que ya se ha comprobado que sí que se pone en práctica.

ASPECTOS RELATIVOS A LA VISITA

-En general los yacimientos están preparados para acoger, cada uno de acuerdo a su capacidad, a un número adecuado de turistas, y los gestores se preocupan de controlar la capacidad de carga de los mismos y de que no se produzcan aglomeraciones. También en todos ellos se pregunta la procedencia y se realizan encuestas para saber el índice de satisfacción de los recursos visitados. En líneas generales el índice de satisfacción general de los visitantes es alto.

-El personal que trabaja en los lugares visitados ha estado predispuesto en todo momento a ayudar, aclarar e informar las dudas planteadas, ya sea en cuanto a la presente investigación o in situ visitándolos. Matizar que en Lucentum no se informó de la visita guiada que tenía lugar en unos minutos y a la que no había acudido nadie.

-En referencia a las zonas de descanso, en todos los lugares existen zonas, y muchas de ellas a la sombra. En Vilamuseu existe una al menos en cada planta y exposición, así como zonas para niños y cambiadores.

-Por último, exceptuando a Vilamuseu, cabría tener en cuenta un pequeño espacio en cada uno de los yacimientos arqueológicos donde se ofreciera la posibilidad de disponer de material informativo en soporte de papel, hecho que se ha constatado que existe una carencia en los tres yacimientos, así como que estuviera en los tres idiomas ofertados (castellano, inglés, valenciano). El pilar básico de una visita turística es un folleto o un plano para orientarse, así que este es un punto a mejorar en todos, sobre todo en los de gran magnitud como Lucentum.

PRECIOS

-El precio de los yacimientos y el museo es asequible para todos los bolsillos. La cantidad máxima que se va a pagar es la cifra de 4€, que combina el yacimiento de la Illeta dels Banyets, el MARQ y el yacimiento de Lucentum (sin hablar de las reducciones por grupos, estudiantes, asociaciones, etc). En el Vilamuseu, el precio de la entrada es de 3€, aunque con reducciones también para los colectivos mencionados, y los domingos es gratuito. En cuanto a la Villa Romana de l'Albir, la entrada es gratuita, y se pagan 3€ por el dispositivo de realidad aumentada si se desea utilizarlo. En definitiva, la cantidad que se paga es simbólica, son precios bastante módicos, y ayudan a revertir económicamente los beneficios en los yacimientos y el museo.

HORARIOS

-En cuanto a los horarios de apertura de los yacimientos y el museo, el más ajustado sería el de La Villa Romana. Este hecho se explica por la falta de personal que sufre el yacimiento, dependiente muchas veces de las subvenciones europeas por las que se contrata personal solamente durante la época estival o los meses más fuertes del año, hecho manifestado en la entrevista con la directora. En Vilamuseu, la Illeta dels Banyets y Lucentum, buena amplitud horaria todo el año.

DEMANDA TURÍSTICA

-Hablando del tipo de turista y el perfil de la demanda, cabe destacar los grupos, asociaciones, institutos, colegios, que conciertan visitas con los yacimientos y el museo para dar a conocer la historia, la cultura, la identidad y las costumbres de nuestros antepasados a estos colectivos. En cuanto a los turistas / excursionistas, en todos coinciden que predomina el turismo español y familiar, y de países extranjeros, británicos. En el Albir, debido a la colonia noruega que allí habita, la segunda más grande de toda España, también destaca esta nacionalidad. En Vilamuseu, en temporada baja, acuden muchos turistas provenientes del IMSERSO.

PROYECCIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA

-Desde la perspectiva turística, y uno de los puntos más importantes a tratar, es el hecho de que esta oferta patrimonial, tanto museística como arqueológica y que constituyen estos elementos patrimoniales, son una potente oferta que ayuda a complementar la motivación principal por la que visitan los turistas esta región, que es el sol y la playa. Además, la misma pone en conexión a los visitantes con los recursos visitados, mostrándoles cómo era la vida en otras épocas en los lugares que están visitando. Estos elementos también actúan como elementos dinamizadores en destino, ya que ponen en valor los yacimientos y los adecúan para una mejor comprensión de los visitantes, y al muchos de ellos estar en conexión o informar sobre ellos, actúan como red para que los visitantes se interesen y quieran conocer más. La traducción a otros idiomas es muy interesante, y quizás debería extrapolarse a alguno más, como francés o alemán.

-La vinculación de estos recursos se traduce en que se dimensione la oferta museística de la provincia a través de una consolidación del producto arqueológico y la asociada red de museos a muchos de ellos. Se han de aunar esfuerzos entre administraciones para conseguir ofertar un producto consolidado, ya que la realidad es que sí que existen.

-Esta red de yacimientos y museo es un ejemplo a destacar debido a que es un complemento importante al producto de sol y playa, y es un claro ejemplo de un elemento que ayudaría a desestacionalizar en la época estival y que ayudaría a incentivar a los turistas a visitar el municipio en otras épocas del año.

-El hecho de ofrecer tal abanico de visitas guiadas, teatralizadas, de recreación histórica, talleres de cómo se vestían, cómo se maquillaban, etc, es un reclamo desde la innovación que pocos museos disponen en la provincia alicantina. La autenticidad y singularidad que ofrece el Vilamuseu es

remarcable desde el punto de vista turístico, ya que es un proveedor de experiencias únicas para el visitante, y además abarca a un gran público para que pueda disfrutar de ellas.

-La aplicación de las nuevas tecnologías a la interpretación del patrimonio, hacen que ese sea mucho más interactivo, didáctico, y que el visitante se preste a comprender y aprender sobre lo que está visitando.

-La realidad aumentada, por ejemplo, es un recurso muy recurrente, ya que reproduce con exactitud cómo era la Villa Romana de l'Albir, y la atracción que este tipo de elementos puede tener para la captación de turistas es muy relevante.

-No es el simple hecho de poner un panel con una información de un recurso, ni un audio, ni una figura humana con ropajes de la época. Es que un turista pueda leer junto con su hijo el mismo mensaje, pero adaptado a la edad de cada uno de ellos, y que una persona ciega pueda leerlo también, e incluso tocar una réplica de un jarrón. Es que uno se pueda probar la ropa que vestían nuestros antepasados, con un vídeo al lado explicativo, con lenguaje de signos adaptado a una persona sorda. Es poder jugar aprendiendo con los juegos de la época, o poder tocar y oler elementos identitarios del municipio. Al final, es ofrecer algo único, diferenciador, y que le da un valor añadido a la visita.

-En el panorama turístico, en todos los lugares existen recursos patrimoniales más o menos adaptados a la visita, pero al final el éxito va a depender de estos pequeños pero grandes elementos diferenciadores capaces de aportar un gran valor a la experiencia turística. Eso es lo que va a determinar el éxito de la visita.

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL Y BUENAS PRÁCTICAS

-En cuanto a la contribución del desarrollo local y buenas prácticas que han desempeñado estos yacimientos y el museo Vilamuseu, la principal es que todos ellos han contribuido a la conservación y protección si cabe aún más de los recursos arqueológicos.

-A través de la puesta en valor de los mismos mediante todos los tipos de elementos de interpretación que se han mencionado, en diferentes idiomas y a un gran y variado colectivo de visitantes, el mensaje y el discurso llega a los visitantes de una manera más fácil, y hace que realmente se comprendan los grandes valores que poseen las buenas prácticas y desarrollo local de los mismos.

-Desde la innovación, métodos novedosos y creatividad de los contenidos, se conocen las raíces y la cultura de un lugar de una manera mucho más interactiva, que despierta el interés desde el momento de comenzar la visita.

- La creación de talleres para niños y visitas especializadas para que estos conozcan cómo se vivía antes, las ropas que se llevaban, que se comía, qué peinados se hacían, cómo se maquillaban...En definitiva, un sinfín de ejemplos. A través de las visitas teatralizadas, talleres de recreación histórica, itinerarios naturales y culturales para poner en valor también las diferentes tipologías de recursos, se han visitado estos lugares que representan muy bien estas buenas prácticas y acciones que contribuyen al desarrollo local, turístico, patrimonial, natural...

-Uno de los más representativos es que el director del Vilamuseu, Antonio Espinosa, participó el año pasado en el *Primer Congreso Internacional de la Participación Ciudadana en los Procesos de Hacer Ciudad*", en Puebla, México. La ponencia que realizó llevaba el nombre de "*Participación ciudadana, desarrollo local integral, accesibilidad e inclusión como ejes transversales del proyecto Vilamuseu, la Red de Museos y Monumentos de Villajoyosa (España)*". Este sería el ejemplo más representativo y un modelo a seguir como estrategias de implementación en cuanto a recursos de accesibilidad en inclusión se refiere, pionero en todo el mundo.

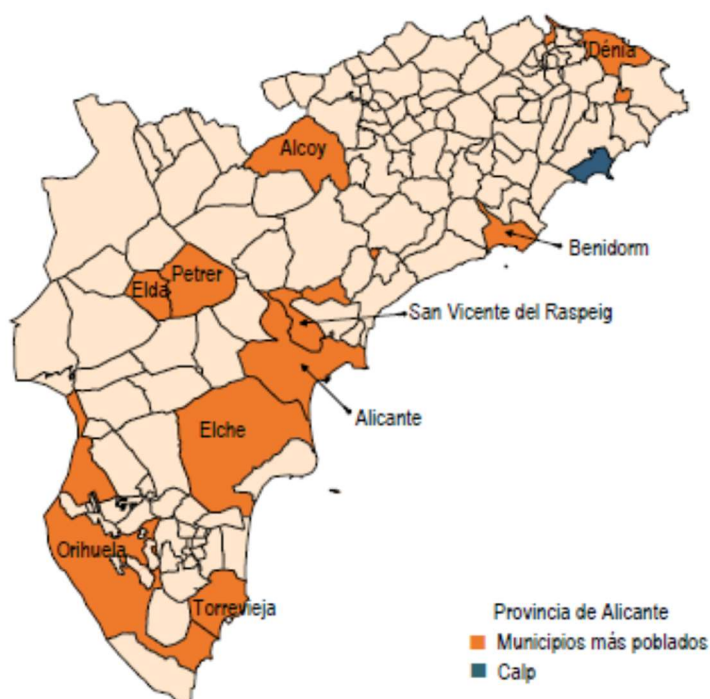
7.- El modelo turístico de Calp: el papel del Patrimonio Cultural

7.1.-El contexto turístico local. Datos de localización, población, oferta turística, demanda y caracterización del destino

7.1.1.- Localización

Calp es un municipio perteneciente a la provincia de Alicante, ubicado en el litoral norte de la comarca de la Marina Alta. El municipio de Calp tiene una superficie de 23,1 Km², y linda al norte con el municipio de Benissa, y por el sur, con el de Altea. Es un municipio litoral, con 13 kilómetros de costa, y famoso por encontrarse en él uno de los símbolos de la Costa Blanca, el Parque Natural del Peñón de Ifach. Tiene, según datos del Instituto Valenciano de Estadística (IVE, 2018), extraídos de las fichas municipales que elabora la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, un total de 20.804 habitantes a fecha de 1 de enero de 2017, y una densidad de población de 884,93 habitantes por Km².

Figura nº10. Localización de Calp en la Provincia de Alicante



Fuente: Instituto Valenciano de Estadística, 2018



Panorámica del municipio de Calp. *Foto de la autora.*

7.1.2.-Demografía

En cuanto a nacionalidades se refiere, Calp es un municipio en el que conviven multitud de nacionalidades provenientes de diferentes países. En el año 2017, el porcentaje de nacionalidades era el siguiente. Del total de la población censada, el 56% eran españoles, el 29,3% provenientes de la Unión Europea, y el 14,7% restante, estaba repartido en 5,2% resto de Europa, 4,5% África, 3,1% América, y el 1,8% resto del mundo. Esto quiere decir que casi la mitad de la población de Calp es extranjera.

En los últimos años, el municipio ha sufrido una gran pérdida de población local, que ha emigrado a otros lugares de España y a otros países de la Unión Europea, en búsqueda de nuevas oportunidades. Del mismo modo, la inmigración, que se había mantenido unos años con un ritmo bastante parecido, también se incrementó en el año 2017, siendo el 60% de los nuevos inmigrantes extranjeros. No obstante, aunque la inmigración experimentase un crecimiento en el año 2017, las emigraciones, aunque por casi el mismo número, las siguen superando, con lo que el crecimiento de la población sigue siendo negativo (IVE, 2018).

Por esta razón, el Ayuntamiento de Calp está intentando subsanar desde hace unos años esta situación, concienciando a los residentes extranjeros que no estén empadronados a hacerlo, ya que, para poder optar a determinadas ayudas, subvenciones o planes estatales o europeos de ayudas económicas, se insta a tener un mínimo de población residiendo en los municipios. En Calp, al ser un destino marcado además por el fenómeno residencial, se da el caso de que en los meses de baja temporada existen muchos residentes extranjeros, o también nacionales, que vienen a pasar de 4 a 8 meses, y no están registrados ni inscritos en el padrón municipal. A su vez, estos son demandantes de servicios públicos como el resto de “habitantes”. El problema viene dado porque si no están inscritos en el padrón municipal, y al superar la población flotante del municipio a la real, los servicios públicos no son suficientes y existen deficiencias, con lo que toda esta situación conlleva a que en determinadas

ocasiones exista un descontento general de la población, y todo ello se traduce en una mala imagen y percepción del municipio, lo que empeora la situación.

Es por ello, que desde la administración local se ha hecho un gran esfuerzo de campañas de concienciación y sensibilización en los últimos años en diversos idiomas, para instar y concienciar a esos residentes y población flotante a registrarse o inscribirse en el padrón municipal calpino.

En cuanto al crecimiento de la población, el crecimiento vegetativo es negativo, ya que las defunciones superan a los nacimientos. Esta tendencia es generalizada en todo el país, donde la descendencia de la natalidad y el aumento progresivo de la población de más de 65 años hace que el crecimiento de la misma venga siendo desde hace uno años negativo. Cabe mencionar que hay que hacer una excepción con el año 2015, ya que este fue positivo, lo que es extraño, pero puede explicarse o atribuirse quizás a la inmigración del municipio y a la recuperación tras la crisis. (IVE, 208)

7.1.3. Caracterización del destino, oferta turística y demanda

Calp es un municipio turístico litoral, basado en el modelo de sol y playa, caracterizado también por un tipo de turismo residencial, con una marcada estacionalidad, y una actividad económica especializada en el sector servicios y la construcción, que copan completamente el mercado de la localidad.

La marcada estacionalidad del destino implica también y tiene como resultado que el mercado esté monopolizado por el sector servicios, y ello conlleva que el ritmo del municipio esté marcado también por esa tendencia estival, y que ello lleve aparejado también el cierre en temporada baja de todo tipo de establecimientos: restaurantes, tiendas, algunos hoteles, la reducción de actividades, etc, quedando extensas zonas, normalmente donde se encuentran las segundas residencias, es decir, los paseos marítimos, como zonas relativamente deshabitadas. Normalmente este cierre de establecimientos se da en los comercios que están ubicados en ambos paseos marítimos, y muy pocos de ellos quedan abiertos en temporada baja, ya que las torres de apartamentos quedan vacías en esa época, sin clientes que los llenen.

Esto, en otras palabras, implica el término desempleo. La excesiva especialización en este sector servicios, provoca cuando la temporada acaba el cierre de una cifra elevada de bares, cafeterías, restaurantes, hoteles, etc. Dejando a muchas personas sin ocupación, pero esto es lo que ocurre cuando un destino se orienta hacia un producto como el sol y la playa.

Explicada muy brevemente la caracterización del destino, se procede a explicar el porqué de la misma y su alta y especialización del sector servicios, turismo de sol playa y de segunda residencia.

El fenómeno del turismo residencial está extendido por toda la costa alicantina, y no es el municipio de Calp el único que lo ha sufrido en la provincia. El desarrollo social y económico que experimentó la sociedad española en los últimos decenios, propició que la misma pudiera invertir en muchos

lugares con la compra de una segunda residencia. A este fenómeno, también se sumaron algunos países norte y centroeuropeos, como Reino Unido, Francia, Bélgica y Alemania, los cuales, atraídos por la bonanza climática, sobre todo en invierno, de la región en general, ya que en sus países de origen son fríos y largos, sumado al atractivo precio de la vivienda en comparación con la de sus países, así como la diferencia del nivel de vida, y debido a los relativamente suaves inviernos en la costa mediterránea, se vieron también tentados por la compraventa de viviendas para uso turístico, pero sobre todo también residencial (Mazón y Huete, 2005). Normalmente el perfil de estos compradores es el de jubilados que eligen esta zona para pasar, como hemos dicho, los meses de invierno, donde el agraciado clima de la Costa Blanca, lo hace el lugar ideal para pasar unos meses y burlar el frío invierno que arremete contra sus países de origen.

La actividad turístico-residencial provoca impactos a escala municipal, muy difíciles, casi imposibles de revertir, ya que transforma el paisaje en profundidad. Y la realidad es que el desarrollo residencial no solo de Calp, sino de la costa alicantina, según autores como Mazón y Aledo (2005), tiene más que ver con la construcción que con el turismo, como afirman. Para ellos, en los municipios en los que las administraciones locales han dirigido sus políticas urbanísticas hacia la fórmula del turismo residencial, pueden haber contribuido a un enorme desacierto en la toma de este tipo de decisiones para la localidad. El turismo residencial o inmobiliario presenta un ciclo que se agota, y cuando el suelo se ha construido, comercializado y vendido, el ciclo acaba (Mazón y Aledo, 2005). Esto ha provocado que los municipios en los que ha estado presente una falta de planificación, se hayan consumido el suelo y los recursos de los mismos, perdiendo sus propios recursos naturales, paisajísticos y hasta culturales (recordemos que en los restos arqueológicos de la Poble d'Ifac se construyó un hotel que posteriormente se derribó). Según afirman estos autores, este modelo no proporciona ningún desarrollo económico a largo plazo, sino más bien a corto, debido a que cuando la actividad inmobiliaria queda concluida, el ciclo termina.

Los ingresos que este tipo de turismo residencial genera en los municipios son mínimos, y para terminar de agravar la situación, tiene efectos muy negativos para el empleo, ya que, como hemos podido apreciar, estas segundas viviendas se ocupan por dos tipos de residentes: por un lado, los que vienen a pasar la temporada estival, que suelen ser los nacionales, y por otro, los extranjeros que vienen a pasar el invierno. Los primeros, que son mayoritarios, provocan que sus residencias estén vacías en temporada baja, y, por tanto, como decíamos antes, queden grandes bloques de apartamentos vacíos durante los meses de invierno, y contribuyendo a la estacionalidad. Los otros, como hemos mencionado en párrafos anteriores, reclaman los servicios e infraestructuras que ellos consideran deberían tener, pero los ayuntamientos no disponen de suficientes recursos para afrontarlos, ya que, en su registro o padrón municipal, esos “residentes” no están inscritos, con lo que se hace muy difícil hacer frente a esas demandas (Mazón, 2001 apud Mazón y Aledo, 2005). Este modelo es bastante

pesimista, debido a que el turismo residencial se caracteriza por consumir el espacio sin ninguna planificación coherente, lo que da lugar a laberintos de casas, lejos del núcleo poblacional, que no disponen de las infraestructuras básicas (recogida de basuras, limpieza viaria, alumbrado, etc...). Este proceso afecta no solo al litoral, si no a las poblaciones cercanas de interior, donde los recursos naturales, motivo importante de elección de la compraventa de la vivienda, están menos desgastados (Mazón y Aledo, 2005), por lo que este modelo se ha copiado no solo en la costa, sino también en otras localidades de interior situadas cerca de la costa alicantina.

Sin embargo, esta visión pesimista del turismo residencial, se puede contrastar con una visión mucho más optimista, basada en la Ventaja Competitiva del Diamante de Porter, desarrollada en la tesis doctoral de José Francisco Perles Ribes (2004). Según este autor, Calp tuvo, ha tenido y tiene una ventaja original inmensa con respecto a otros destinos, que viene dada por los factores básicos de la fase primera de desarrollo, con lo que ha ido ganando las batallas a las coyunturas. Actualmente, empezando a mostrar claros síntomas en la fase de innovación, atribuye al paso del tiempo y a la especialización en el turismo de invierno, y en el familiar de verano, a ser factores que han potenciado su resistencia ante las inestabilidades coyunturales. Esta resistencia es también una de las características que menciona Porter para esta etapa. Por otro lado, según un artículo del periódico digital *La Marina Plaza*, publicado en junio de 2019, se sitúa a Calp como uno de los municipios con menor renta familiar por residente en municipios de menos de 20.000 personas de toda España, con 7.277€ de media. La puesta en valor del patrimonio, que repercutiría en una puesta a punto del mismo, y lo consolidaría como una oferta complementaria y desestacionalizadora, alternativa al sol y playa, quizás podría mejorar esta situación, si se atrajera a más turistas a Calp durante todo el año, y, por tanto, muchas empresas del sector servicios no cerrarían, sobre todo restaurantes. En definitiva, habría que plantearse si mediante la valorización del patrimonio podría revertirse esta situación.

Calp se caracteriza también por el conocido modelo de sol y playa, siendo un destino maduro y consolidado, especializado en el mismo. La mayoría de personas que vienen a pasar sus vacaciones, las pasan en una vivienda o apartamento alquilado. En este caso, se da prácticamente la misma situación que con el turismo residencial, ya que los propietarios de los apartamentos los ceden a las agencias de alquiler (más de una centena en Calp), y los alquilan en la época estival. Este hecho repercute en una gran rentabilidad para los propietarios de los apartamentos y las agencias de alquiler, pero no para el tejido económico municipal, ya que la mayoría de estas personas realizan una gran inversión en pagar el alojamiento, para posteriormente gastar lo mínimo en destino, lo que se denomina vulgarmente como “turismo de las tres p” (playa, pipas y paseo), en alusión al ínfimo gasto turístico que realizan los turistas. Este dato está respaldado por el estudio de la oferta y la demanda que se hizo en Calp en el año, 2016, el cual demuestra, que los propietarios de viviendas en Calp, son el segmento de turistas que menos líquido deja en el municipio. Además, obtenemos el mismo

problema que con el modelo anterior, ya que las residencias siguen quedando vacías en temporada baja, creando esas zonas “fantasma” a las que se aludía anteriormente.

Oferta turística

Obviamente, los visitantes que pernoctan en Calp no lo hacen solamente en segundas residencias, pero el hecho de que se haya fomentado este tipo de turismo, también repercute en el número de alojamientos de diferentes tipos y categorías, como hoteles, apartoteles, cámpings, hostales, etc. Como se puede ver en la siguiente figura nº 11, se aprecia que el alojamiento preponderante en Calp es, como se venía diciendo a lo largo de todo este apartado de la investigación, son los apartamentos. Calp además presenta una gran planta hotelera, con casi 4.000 plazas.

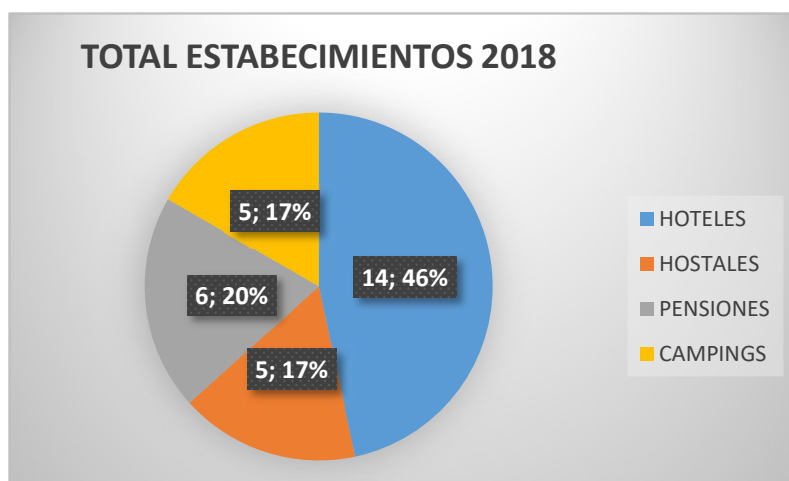
Figura nº11. Oferta turística Calp 2018

| ESTABLECIMIENTOS | TOTAL ESTABECIMIENTOS | TOTAL PLAZAS |
|------------------|-----------------------|--------------|
| HOTELES | 14 | 3849 |
| HOSTALES | 5 | 94 |
| PENSIONES | 6 | 69 |
| APARTAMENTOS* | 3838* | 19848* |
| CAMPINGS* | 5* | 1395* |
| | | 25255 |

Fuente: Elaboración propia a partir de IVE (2018) y Turisme GVA

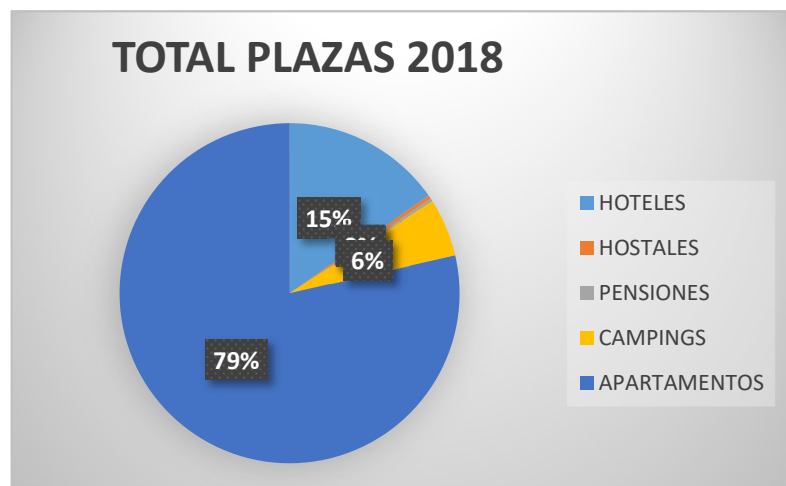
**Los datos en asterisco están tomados de las fichas municipales de IVE, y son referentes a 2017*

Figura nº 12. Total Establecimientos 2018



Fuente: Elaboración propia

Figura nº13 Total Plazas 2018



Fuente: Elaboración propia

Según el Estudio Turístico de Calp (2016), conocer la oferta turística de Calp resulta bastante complicado, debido a, como se mencionaba, la gran cantidad de viviendas secundarias existentes en el municipio. Se extrae el siguiente gráfico de dicho estudio, en el cual se explica la oferta turística reglada de municipio, y su composición en cuanto a tipología del alojamiento.

Figura nº14. Composición de la oferta turística reglada de Calp según la tipología del alojamiento.

| Tipo de equipamiento | Dotación | | Plazas | | Tamaño medio |
|--|-----------|--------------|---------------|--------------|---------------|
| | Número | % | Número | % | |
| Hoteles de 4 estrellas | 5 | 6,41 | 2.222 | 11,01 | 444,40 |
| Hoteles de 3 estrellas | 4 | 5,13 | 1.173 | 5,81 | 293,25 |
| Hoteles de 2 estrellas | 1 | 1,28 | 62 | 0,31 | 62,00 |
| Hostal | 4 | 5,13 | 88 | 0,44 | 22,00 |
| Pensión | 5 | 6,41 | 81 | 0,40 | 16,20 |
| Hoteleros | 19 | 24,36 | 3.626 | 17,96 | 190,84 |
| Camping-Albergue | 5 | 6,41 | 683 | 3,38 | 136,60 |
| Empresas de alquiler turístico* | 54 | 69,23 | 15.876 | 78,65 | 294,00 |
| Total | 78 | 100 | 20.185 | 100 | 258,78 |

* Para las empresas de alquiler turístico el tamaño medio está calculado por empresa, no por equipamiento.

Fuente: M.I. Ajuntament de Calp y Agència Valenciana del Turisme, 2016.

Fuente: Estudio Turístico de Calp 2016

A grandes pinceladas, se concluye que la gran parte de los alojamientos turísticos de Calp son las empresas de alquiler turístico, lo que supone un 69,23% del total. En total ofertan 15.876 plazas, lo que supone un 78,65% del total. La oferta hotelera supone un 17,96%, con 3.626 plazas. Esta planta hotelera es una oportunidad para desarrollar productos específicos, y que otros municipios con menos hoteles no tienen, como menciona Mazón y Aledo (2005), debido al alto desarrollo del turismo residencial o inmobiliario. En Calp, por tanto, sí que existe esta oportunidad, ya que se encuentra

entre uno de los municipios con mayor planta hotelera de la provincia de Alicante. Los datos del estudio son anteriores a los datos del apartado oferta turística, por esa razón no coinciden las plazas hoteleras.

Demanda

En cuanto a la demanda, según el Plan de Promoción y Diversificación Turística de Calp (Perles, 2015), se realiza un análisis con las principales características que presenta la demanda turística del municipio calpino. Se diferencian también, al hilo de los párrafos anteriores y de la presente investigación, dos tipos de turismo: el de invierno y el de verano, cada uno con sus particulares características:

Tabla nº 1. Características del turismo de invierno en Calp

| TURISMO DE INVIERNO |
|---|
| Retirado o jubilado, sin problema en elección de fechas para sus vacaciones. |
| Principalmente alemanes, pero también belgas, ingleses y franceses. |
| 60-70 años de edad. |
| Turista de clase media-baja. |
| Huyen de las grandes urbes como Benidorm. |
| Suelen vivir en chalets ubicados en urbanizaciones con jardín. |
| Aparte del clima, muchos vienen por motivos de salud. |
| Ingresos fijos pero no excesivamente altos. |
| Los comerciantes tienen imagen negativa de ellos porque miran mucho el precio, aunque gastan más que los nacionales. |
| Llevan el mismo tipo de vida que llevarían en su país pero disfrutan del clima, crean <i>ghettos</i> y asociaciones para resolver dudas entre ellos. |
| Utilizan el vehículo para desplazarse a comprar, aunque el desplazamiento suele realizarse en avión. |
| Vienen de septiembre/octubre a abril/mayo, evitando los meses más calurosos. |
| Dificultad para integrarse, barrera idiomática y diferencias culturales, lamentan no interactuar más con los locales. |
| Nueva demanda de residentes extranjeros jóvenes que emigran por su cuenta. Suelen ser proveedores de servicios que tienen como clientes a sus compatriotas. |

Elaboración propia a partir de Perles (2015)

Tabla nº2. Características del turismo de verano en Calp

| TURISMO DE VERANO |
|--|
| Turismo familiar, sujeto a las vacaciones escolares (50%), el 36% lo hicieron en pareja, el 6% con amigos, y solo un 5% visitaron en solitario el destino. |

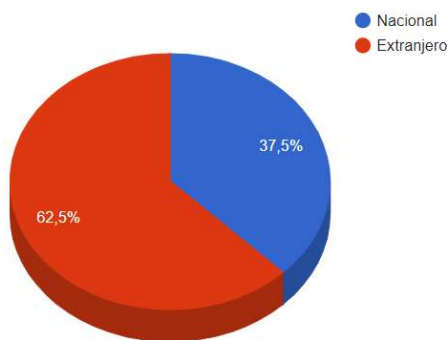
| |
|---|
| Nacionales 54%: Madrid (27%), Castilla La Mancha (19%), Comunitat Valenciana (13%) y País Vasco (11%) (Resto Murcia, C. León, Cataluña. ...) |
| Europa 43%(franceses, alemanes, británicos y belgas), 2% Asia. |
| Edad: 46-65 años (39%), seguida de 36-45 años (32%) 26-35 años (14%), mayor de 65(7%), y hasta 25 (5%) |
| Estatus socioeconómico medio-medio / medio-bajo. |
| No les importa tener la segunda residencia en un destino como Benidorm o localidades cercanas. |
| Hotel (37%), vivienda alquilada (30%), vivienda en propiedad (14%), camping (12%), el resto se reparte entre hostel y vivienda de amigos o familiares. |
| Playa, mar, sol, clima, descanso y relax . |
| Como se ha dicho, clase media-media, media-baja. |
| Realizan el gasto mínimo, existe una gran diferencia entre el gasto de los extranjeros, ya que el de estos es mucho más elevado. |
| Durante su estancia buscan clima, playa y tranquilidad. |
| El medio de transporte utilizado fue: el 62% lo hicieron en automóvil, y el 21% en avión, el resto se reparte en AVE (8%)y autobús (4%), y otro medios (4%) |
| Suelen visitar Calp en la época estival, pero afirman venir en otras épocas (Semana Santa, puentes...) |
| Suelen venir de 15 a 30 días |
| El idioma no es una barrera para los españoles obviamente, presentan una alta fidelidad al destino |
| Nueva demanda de jubilados españoles, no confundir con IMSERSO. Ya que estos tienen su propia vivienda, que en verano ceden a familiares o amigos. |
| El 47% tiene estudios universitarios, seguido de secundarios 40%, Primarios (8%), y sin estudios (2%) |
| Cómo conocieron el municipio: el 31% lo hicieron a través de amigos o familiares. La segunda respuesta más alta fue Internet (28%), Aunque cabe destacar la tercera respuesta “Folletos de agencias de viajes o turoperadores “seguido del resto de repuestas, que más o menos tienen el mismo porcentaje (campanas publicitarias, folletos específicos, ferias de turismo, otras oficinas de turismo, etc. |

Elaboración propia a partir de Perles (2015) y Encuesta Tourist Info (2017)

Otra clasificación de la misma es la que se puede hacer a través de las estadísticas de la Oficina de Turismo de Calp, donde el turista que visita a diario el municipio queda registrado, pero solo por procedencia, grupo de personas e información que ha demandado. Aunque estas estadísticas solo proporcionen información sobre el número total de visitantes, la procedencia y la información que demanden, es muy útil porque representan el número total de visitas que tienen las oficinas. En las siguientes figuras se puede observar el porcentaje de turistas extranjeros y nacionales que visitaron Calp en el año 2018, así como las principales comunidades autónomas en el caso de los españoles, y países en el caso de los extranjeros.

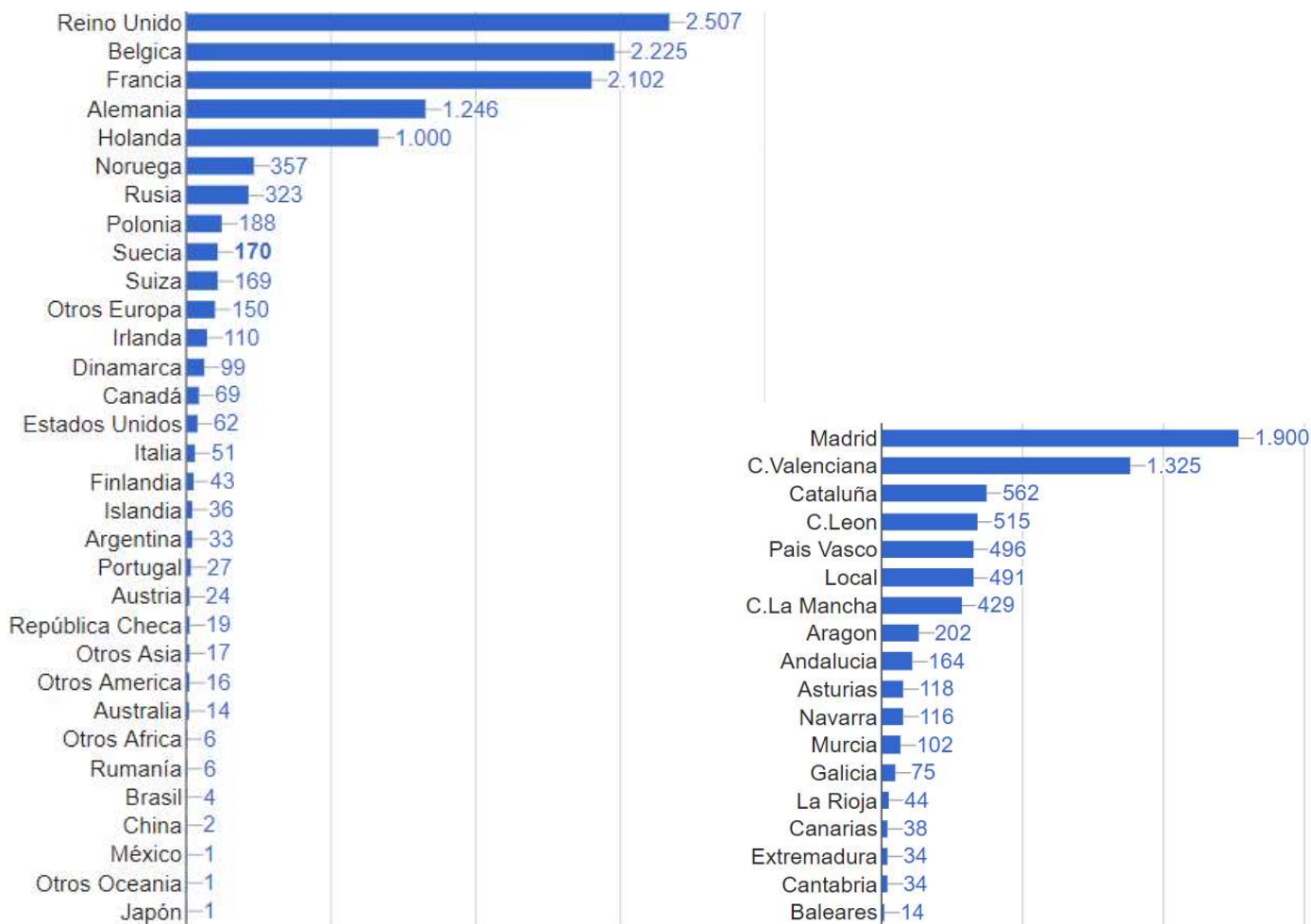
Figura nº 15. Procedencia 2018

Distribucion personas por procedencia



Fuente: Departamento de Turismo de Calp

Figura nº 16 Personas acumuladas por procedencia (Internacionales y Nacionales) 2018



Fuente: Departamento de Turismo de Calp

En la figura nº 15 se representa la totalidad de visitantes en términos de nacional e internacional en el municipio de Calp, así como las principales procedencias. En cuanto a si son nacionales o

internacionales, 6 de cada 10 turistas que llega a Calp es extranjero, y 4 de cada 10, español, según al análisis estadístico de 2018.

En cuanto a procedencias, en la figura nº 16, entre los nacionales destacan en el año 2018 Madrid, Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla León y País Vasco. En cuanto a los países extranjeros, en el año 2018, los países que más visitaron Calp fueron: Reino Unido, Bélgica, Francia, Alemania, Holanda y Noruega.

Otra caracterización de la demanda, aunque la muestra es mucho menor, es una herramienta que se utiliza en la época estival y que la implementa la Red Tourist Info, a través de Turisme Comunitat Valenciana, y que es la Encuesta Tourist Info. Estas encuestas se realizan en las oficinas de turismo municipales donde, en la época estival se amplía el servicio a dos puntos de información más, que absorben la gran mayoría de las atenciones realizadas, y facilitan el acceso de los turistas a la información turística del municipio.

Esta encuesta proporciona más datos sociodemográficos, aunque la muestra es menor porque normalmente se realiza una encuesta al día, durante los meses de julio y agosto por tanto no suelen superar las 60. A continuación se presentan los datos de la encuesta Tourist Info del año 2017, con el perfil de la demanda aproximado en función del número de encuestas realizadas. Se realizaron 117 encuestas durante el periodo 01.07.2017 hasta el 15.09.2017, en la oficina de turismo principal de Calp “Tourist Info Peñón”, situada en la Avenida Ejércitos Españoles, nº44.

En cuanto a los principales motivos por los que los turistas eligen Calp para pasar sus vacaciones, quedan recogidos en las figuras nº17 y nº18: el motivo principal, con un 23% de respuestas, es la playa, el segundo, el descanso (19%) el clima (18%), seguidos de naturaleza (11%), gastronomía (10%), cultura y fiestas (9%), oferta de ocio (6%), y visitas a amigos y familiares y vivienda en propiedad (ambas un 2%). En cuanto a las actividades a las que los turistas van a dedicar su tiempo una vez estén en el destino, son las siguientes: playa (25%), la segunda respuesta más importante visitas a espacios naturales (15%). Esta respuesta se identifica con el Parque Natural del Peñón de Ifach. La tercera son las visitas culturales (13%), seguido de fiestas locales (11%) debido a que las fiestas patronales tienen lugar en agosto. Después le seguirían actividades deportivas y senderismo, junto con degustaciones gastronómicas, ambas con 8% de respuestas de los encuestados. Las últimas de la lista serían visitas a centro de ocio, asistencias a festivales y eventos, y compras de otros productos típicos y “shopping”. La última sería aprendizaje del idioma.

Figura nº17 Motivos por los que visita la ciudad



Figura nº18 Actividades a las que piensa dedicar su tiempo



Fuente: Encuesta Tourist Info 2017

En conclusión a todas las anteriores figuras (nº15, nº17 y nº18) y tablas (nº1 y nº2), la demanda está generalmente satisfecha con su visita al municipio de Calp, ya sea porque es repetidora y ya ha venido varias veces, lo que la caracteriza con una alta fidelidad al destino, o bien porque tiene una vivienda aquí. Muchos de los turistas también nos visitan porque han conocido al municipio a través de internet, o a través de esos familiares o amigos que o bien tienen casa aquí o ya han venido. Los folletos de agencias de viajes y los turoperadores son razón también por la que han conocido el destino. Generalmente son hombres o mujeres, de entre 45-65 años, aunque también de entre 26-35, mayoritariamente con estudios universitarios o secundarios, que vienen a pasar sus vacaciones en familia o en pareja, que residen en España (mayoritariamente en la Comunidad de Madrid y en Castilla la Mancha), aunque también hay que destacar a los franceses, británicos, alemanes y belgas. La mayoría de ellos no es la primera vez que vienen a pasar sus vacaciones a la Comunidad Valenciana, y se alojan fundamentalmente en hoteles, viviendas alquiladas o en propiedad. El medio por el que se desplazan suele ser el coche, seguido del avión. Los motivos de su visita son principalmente la playa, el descanso, el clima, naturaleza, gastronomía y ocio, así como la cultura y las fiestas. En sus vacaciones piensan dedicar su tiempo libre a la playa, a visitar espacios naturales, y a realizar visitas culturales, disfrutar las fiestas locales, así como realizar actividades deportivas, senderismo y degustaciones gastronómicas que ofrece el municipio.

7.2.-El aprovechamiento turístico del patrimonio local

Calp dispone de un diverso abanico de atractivos naturales, culturales, históricos y paisajísticos. Su variada oferta hace que el municipio sea un gran atractivo no solo en verano, sino durante todo el año. Fiestas, cultura, recursos naturales, playa, actividades deportivas, eventos, hacen que la oferta turística del mismo sea variada y atractiva. Todos esos elementos patrimoniales pueden ayudar a intentar repartir ese gran número de turistas que se concentran sobre todo en la época estival, a lo largo de todo el año, y que vean en ellos una oferta complementaria para visitar el municipio en otras épocas, no solamente en verano, o bien conocer la oferta complementaria que ofrece en municipio y diversificar la misma en la época estival y realizar otro tipo de actividades aparte del sol y la playa. En cuanto a recursos patrimoniales se refiere, la lista es bien amplia. En la siguiente tabla se ha elaborado un compendio con los recursos principales y las características generales de los mismos, para tener una dimensión de todos los atractivos patrimoniales que ofrece el municipio:

Tabla nº 3. Inventario General de Recursos Culturales de Calp:

| |
|--|
| MUSEOS: <ul style="list-style-type: none">• MUSEO DE HISTORIA: C/Santísimo Cristo• MUSEO DEL COLECCIONISMO: Plaza de la Iglesia• GALERÍA DE ARTE CONTEMPORÁNEO: Ayuntamiento Viejo |
| <u>CASCO ANTIGUO</u> |
| 1. FORAT DE LA MAR. S.XIX. C/Dos de Mayo. Formaba parte de la muralla exterior que rodeaba Calp. En mayo de 1813, fue objeto de un ataque por parte de un destacamento francés, abriendo una brecha al intentar invadir el pueblo. Junto a él se congregaban antiguamente los patrones de pesca cada madrugada para visualizar el estado de la mar y decidir si se podía faenar o no. |
| 2. ARRABAL. Al desaparecer el peligro pirático, los calpinos abrieron brechas en algunas bocacalles, desde las que se puede acceder al arrabal, barrio de origen morisco formado por calles estrechas y empinadas, con casas pequeñas y encaladas, como la calle Pescadores, Puchalt o San Roque. |
| 3. TORREÓ DE LA PEÇA. Las murallas son BIC. Finales S.XIV-XV. Entre los S.XIII y XIV se amuralla la alquería de Calp para protegerla frente a los ataques musulmanes. Debido a su ubicación en la costa, la población sufrió los continuos ataques piratas. Para combatir esta situación en el S-XVI Carlos V ordenó que se reparasen las murallas. En 1637 tuvo lugar el ataque más fuerte, ya que los piratas berberiscos invadieron la villa sin ser vistos, y la totalidad de los |

calpinos fueron tomados cautivos. El 22 de octubre de 1744, tuvo lugar otro de los ataques más importantes y que da nombre a las fiestas patronales de Moros y Cristianos. Después de este hecho se construye una segunda muralla. El Torreó de la Peça debe su nombre a un fortín derribado en el S. XX, localizado en la Plaza de la Villa, y era el baluarte de defensa donde estaba instalada la “peça”, pieza de artillería que defendió el núcleo cristiano del S.XV en adelante, y a la que debe su nombre. De base troncocónica, su parte superior es cilíndrica. El sistema de construcción es a base de piedra y argamasa. En 1981 se restauraron el Torreó y las murallas actualmente existentes.

4. IGLESIA ANTIGUA. Adosada a la Iglesia Parroquial, se encuentra a modo de capilla. Se levanta sobre una antigua capilla de la conquista cristiana. De estilo ojival y mudéjar, es el único ejemplar de estilo gótico-mudéjar de la Comunidad Valenciana. Fue erigida en el S.XV es un edificio fortificado que originariamente fue a la par religioso y defensivo, ya que era donde se refugiaba la población cuando sufría algún ataque. En su interior se conserva una tabla pictórica al temple del S.XV, ejecutada por el taller del maestro Perea que representa a San Antonio Abad, San Cosme y San Damián, es de alto valor artístico, y está atribuida a un discípulo de Juan Rexach. También alberga las imágenes del Cristo del Sudor, patrón del municipio, el Santo Sepulcro o la Virgen del Carmen, patrona de los marineros.

5. IGLESIA PARROQUIAL. Bien de Relevancia Local. La Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de las Nieves está situada en el corazón del casco antiguo, en la Plaza de la Villa. Su construcción data de 1973-1975 con predominio de formas modernas y macizas. Destacan sus vidrieras y la fachada decorada con mosaico antiguo, inaugurada el 22 de octubre de 1997, que muestra diferentes paisajes del Antiguo y el Nuevo Testamento, así como las imágenes del Cristo del Sudor y la Madre de Dios de las Nieves. Delante, la Plaza del pueblo, reconstruida en 1996 debido a un incendio durante las fiestas patronales, una de las más bonitas de Calpe y el lugar idóneo para hacer una parada en el camino.

6. MOSAICOS Y MURALES

MOSAICO MURAL. Plaza del Mosquit. Obra del pintor y muralista alicantino Gastón Castelló, es una alegoría de la villa de Calpe: la pesca, el Peñón de Ifach, los cultivos y sus habitantes.

MOSAICO MURAL. Centro Cívico: Pesca y Agricultura.

MURAL MOROS Y CRISTIANOS. Plaza Manuel Miró. Representa el Miracle

7. ERMITA DE SAN SALVADOR. Edificio de una nave de planta rectangular. Interior dividido en tres tramos mediante dos arcos apuntados que descansan en pilastras de piedra que se desarrollan en contrafuertes hacia el exterior de las fachadas. En 1745 ya existía esta ermita, aunque el antiguo calvario fue destruido en la Guerra Civil Española. En 1945 fue restaurada y se

reinició el culto en la misma. El calvario actual es de 1993. El olivo que se encuentra junto a la fachada principal es una fuente de aceite combustible, ya que los marineros, hasta bien entrado el S.XX mantuvieron una lámpara de aceite encendida que servía a las embarcaciones que buscaban fondeadero. La ermita abre sus puertas para la festividad de San Salvador, el 6 de agosto. Los vecinos de la C/La Ermita son quienes la mantienen y custodian las llaves de la misma.

8. CASA DE CULTURA: Inaugurada el 23 de mayo 1.999. Arquitecto Manuel Cabrera, Ocupa 9.200m.

Instalaciones.

- Auditorio. (Interior). 545 personas.
- Teatro Odeón. (Exterior). 658 personas.
- Saló Blau. (Interior) 126 personas.

En ella tienen lugar la mayoría de los actos organizados por la Concejalía de Cultura. Dispone también de una Biblioteca, sala de informática, así como diversos espacios expositivos.

9. PLAÇA DEL MARINERS. Fue inaugurada el 16 de julio de 1.997, día de la Virgen del Carmen, junto a la Cofradía de pescadores para rendir homenaje a las raíces marineras. Elementos estéticos realizados por Elías Úrbez y Estéban Juárez. Destaca la fachada de cerámica obra de J.M Gomballest. Debe su nombre al “Portal de la Mar”, que era el lugar por el que accedían los vecinos desde sus casas al mar.

10. EDIFICIOS DE RICARDO BOFILL. Ur. La Manzanera

- **LA MURALLA ROJA** Obra del famoso arquitecto cuyo proyecto fue aprobado en 1969 finalizando su construcción en 1975.
- **XANADÚ.** Realizado entre 1966 y 1968.
- **EL ANFITEATRO.** Realizado entre 1983 y 1985
- **PLEXUS.** Realizado Entre 1965 y 1966

Actualmente muy demandada su visita, aunque no es posible. La Muralla Roja se ha hecho famosa debido a parte de su singularidad y las redes sociales, por aparecer en numerosos videoclips y campañas publicitarias.

11. RETABLO CERÁMICO DE SANTA BÀRBERA. Bien de Relevancia Local. El Retaule Ceràmic de Santa Bàrbera, ubicado en C/La Font, nº 9, es un panel cerámico ritual, cuyo autor es Fernando Sendra Bañuls. Es de finales del S.XIX, y representa a Santa Bárbara con un fondo de tempestad, tiene un total de 9 piezas, de 20x20 cm cada una.

CASANOVA. BIC (Actualmente Campus de Excelència Empresarial) Localizada en Ur. Casanova. Interés histórico-arquitectónico, típica masía fortificada, finales del S. XVII o principios del S. XVIII. Se ha reformado para dar acogida a seminarios, cursos. Es visitable.

CASTELLET DE CALP. BIC Restos de una torre vigía edificada a finales del S. XVI para prevenir el ataque de los piratas berberiscos. Queda en pie una pared de la torre. Interés histórico y arquitectónico. Arquitectura militar del S. XVI. La torre se levantó sobre el solar y con los materiales del antiguo Castell de Calp (Siglos XII a XIV). Se observan todavía restos de la base de los lienzos de la muralla y de los aljibes excavados en la roca. Se accede a través de una senda de los senderos tradicionales. Actualmente es un BIC.

ERMITA DE SAN JUAN BAUTISTA DE LA COMETA. Situada en el Tossal de La Cometa, se trata de un conjunto de interés histórico-religioso, formado por edificaciones de una antigua masía fortificada construida a finales del S. XVII o principios del S. XVIII. La ermita, construida bajo la advocación de S. Juan Bautista. Se estima, fue el oratorio particular de las fortificaciones de la zona rural de La Cometa. Frente a la ermita, se encuentran dos "riu-rau" y existen todavía tres pozos, uno de ellos conservando su cubierta cónica, un aljibe y un sistema para la recogida de pluviales. Aquí se celebran anualmente las fiestas de San Juan, el 24 de Junio.

ERMITA SAN FRANCESC VELLA D'OLTÀ. Ur. Oltamar. Ubicada en un lugar privilegiado de Oltà, se accede a través del sendero PR-CV 340, que proporciona una magnífica panorámica de la villa, cuenta con un edificio de usos múltiples y de ocio. Se construyó en el año 2001. Dada la singularidad de la zona se han potenciado las características naturales de la misma mediante la plantación de especies autóctonas. Se abre, como el resto de las ermitas del municipio, en su festividad: festividad de San Francesc (4 octubre).

LLAVADOR DE LA FONT. S.XIX. Fue inaugurado el día 15 de mayo de 1878. Se compone del llavador, la caseta y dos sifones, se tardó dos años en llevar a cabo la conducción subterránea desde el Pou Roig. Los encargados de “La Font”, vivían en la caseta que allí se encontraba, y cobraban a los usuarios los 5 céntimos que costaba cada dos cántaros de agua, y entre 25 y 50 cada lavado de ropa. A partir de los años 40 empezó el reparto de agua a domicilio en caballerías y carros, hasta que el 1963 se dotó de agua corriente. A finales de 1998, se emprendieron las obras de recuperación, siendo inaugurada en mayo de 1999. Obra de los artistas Elías Úrbez y Esteban Juárez.

POU SALAT. S. XVIII. Av. Rumanía/Pda. Saladar. Construcción rural del siglo XVIII, a la que los calpinos acudían a proveerse de agua para su uso doméstico, hasta que en el año 1878 se realizó la conducción a Calpe desde el Pou Roig.

MOLÍ DEL MORELLÓ. Bien de Relevancia Local. Torre vigía S.XVI, molino de viento harinero de mitad del siglo XIX, ocupa el extremo más occidental de la zona arqueológica de Baños de la Reina. Edificio de planta cilíndrica construido con piedra viva trabajada y trabada con abundante mortero de cal, que configura un grueso muro.

| | |
|---|---|
| IGLESIA PARROQUIAL NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED Las obras de la misma empezaron en los años 80, y no fue hasta junio de 2006 que se construyó como parroquia. Edificio a dos aguas, como puede apreciarse por la fecha de reciente construcción. Se construyó debido al crecimiento urbano del municipio. | |
| PUERTO Y LONJA: La historia de Calp está muy vinculada al mar y a la pesca, principal medio de vida para muchas economías familiares hoy en día. Antigua lonja fue construida en 1.979, la nueva en 1.991, y la pasarela-mirador en 1.998. La subasta del pescado se puede visitar, de lunes a viernes de 17h a 19h, aproximadamente. | |
| COFRADÍA DE PESCADORES: Fundada en 1.924 por el padre Colomina, se llamaba Pósito de Pescadores. Durante la subasta, esta fija un precio mínimo por el que si no se vende, pasa a su propiedad. | |
| BAÑOS DE LA REINA.BIC Yacimiento arqueológico de gran valor que data de la época romana. BIC con expediente incoado. Consta de tres partes: <ul style="list-style-type: none"> • Vicus romano: viviendas, villas, conjunto termal privado, mosaicos... • Conjunto termal de la Muntanyeta: se conservan diversas balsas, frigidarium, caldarium y tepidarium, y un opus spicatum. • Viveros romanos de Banyes de la Reina: Recinto rectangular dividido en 6 compartimentos por un muro longitudinal y dos transversales, data de la época tardo-romana (S.IV-Vd.C). Es un complejo de viveros comunicados entre sí y con el mar. Finalidad conservar el pescado vivo. | |
| POBLA D'IFAC. BIC. Yacimiento arqueológico datado de finales del S.XIII, es la única Poble de conquesta que no ha sido investigada, excavada ni transformada con anterioridad, lo que la convierte en un yacimiento único y excepcional. Fue impulsada por el almirante Roger de Llúria. Es un recinto amurallado, que se compone de un sistema de acceso, estancias, almacenes, iglesia, y recientemente se ha excavado una nueva puerta de acceso a la misma. También se encuentra en ella una necrópolis medieval. El periodo durante el que se habitó fue muy corto, ya que, por diversas circunstancias, históricas entre ellas, se abandonó y los habitantes emigraron al actual núcleo histórico de Calp. | |
| ESPACIOS NATURALES CON MATIZ CULTURAL | |
| LAS SALINAS DE CALP Actualmente es un paraje natural, que alberga, entre muchas otras aves, a los flamencos. Pero hubo una época en la que este lugar sirvió para la producción de sal, | SENDAS TRADICIONALES. Las sendas tradicionales son una red de senderos que discurren por los antiguos caminos rurales de la localidad. A través de ellos, también se conoce una parte de la historia del municipio. Estas eran |

| | |
|--|---|
| <p>llegando a abastecer a más de 40 municipios. A finales del S.XVIII empezó a evidenciarse su deterioro, ya que eran foco de infecciones entre la población. Hubo varios intentos de volver a poner en funcionamiento de las mismas, siendo Vicente Buigues “Ti Marguí” quien inició la explotación de las salinas más contemporáneas. Estas dejaron de producir a finales de los años 80. En 1993 fueron declaradas zona marítimo terrestre.</p> | <p>utilizadas por los labradores para llegar a los campos, y quedaron en desuso por el abandono de la actividad. Existen un total de 9:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Camí del Cocó a Oltà -Camí del Cocó, Cosentari i Cometa -Camí del Cocó, Garduix i Cometa -Camí del Cocó, Casanova i Cometa -Camí de l’ermita de San Joan a La Rosina -Camí de l’ermita de San Joan a la Creu -Camí del Cocó al Coll de Faixuc-Cepellar -Camí de la Mola al Castellet -Camí de Borumbot |
| <p>FIESTAS. Las fiestas son hitos culturales, la representación de las raíces, y en Calpe existen multitud de expresiones en forma de festividad, se puede decir que casi una al mes, con incluso dos en determinados meses. El calendario para el año 2019 es el siguiente, aunque no suele cambiar de un año para otro excesivamente. Entre las que más destacan, son ambas fiestas patronales, las que tienen lugar en agosto, en honor a la Virgen de las Nieves, y las que tienen lugar el octubre, los conocidos “Moros y Cristianos” en honor al Santíssim Crist de la Suor. En Calpe es famosa también la Oktoberfest o Fiesta de la Cerveza, que vienen celebrándose 32 años en el municipio, y también la Semana Santa, la Virgen del Carmen, las Navidades y la Cabalgata de los Reyes Magos, entre otras.</p> | |

CALENDARIO FIESTAS 2019
FETE CALENDRIER 2019

FESTIVALS OF CALPE 2019
FEIERTAGE CALPE 2019

| MES | FECHAS | FIESTA |
|---|--------------|---|
| Enero/ January Janvier / Januar | 5 | Cabalgata de Reyes / Three Wise Men's parade Le défile des Rois Mages / Umzug der Heilige Drei Könige |
| | 6 | Reyes Magos / Three Wise Men / Le Rois Mages / Heilige Drei Könige |
| Febrero / February Février/ Februar | 28 y 3 marzo | Día de Andalucía / Day of Andalucía / Jour de l' Andalousie / Tag der Andalusier |
| Marzo / March / Mars / März | 16 al 19 | Fallas |
| Abril /April / Avril / April | 6 y 7 | Mig Any Moros y Cristianos / Half year of the Moors and Christians Demi Année du festival desMaures et Chrétiens / Ein halbes Jahr Fest der Mauren und Christen |
| | 12 | Virgen de Dolores |
| | 14 | Domingo de Ramos / Palm Sunday / Dimanche des Rameaux / Palmsonntag |
| | 15 al 22 | Semana Santa / Holy week / Semaine Sainte / Der Karwoche |
| Mayo / May / Mai / Mai | 1 | Fiesta del Trabajo / Labour day / Fête du travail / Der Maifeiertag |
| | 4 y 5 | Cruz de Mayo |
| Junio / June / Juin / Juni | 23 | Noche de San Juan / San Juan Night / Nuit de San Juan / Nacht von San Juan |
| | 24 | Hogueras de San Juan en la Cometa |
| Julio / July / Juillet / Juli | 16 | Virgen del Carmen |
| | 19, 20 y 21 | Feria de julio |
| Agosto / August Août / August | 1 al 11 | Fiestas Patronales en honor a la Virgen de las Nieves- "Bous al carrer" / Patronal festivities in honor of the Virgen de las Nieves / Fête en l'honneur de la Virgen de las Nieves / Patronatsfeste zu Ehren die Virgen de las Nieves |
| | 15 | Virgen de la Asunción / Virgen of the Assumption / Jour de l'Assomption / Die Jungfrau Asunción |
| Septiembre / September Septembre / September | 7 | Romería de la Virgen del Rocío |
| | 20 al 22 | Fiestas en honor a Nuestra Señora de la Merced / Festivities in honor of Nuestra Señora de la Merced / Fête en l'honneur de Nuestra Señora de la Merced / Festen zu Ehren Nuestra Señora de la Merced |
| Octubre / October Octobre / Oktober | 2 al 13 | Fiesta de la Cerveza / Beer Festival / Fête de la bière / Oktoberfest |
| | 9 | Día de la Comunidad Valenciana / Hispanic Day / Jour de la Région de Valence / Tag der Region Valencia |
| | 12 | Día de la Hispanidad / Hispanic Day / Journée du Patrimoine Hispanique / Hispanischer Tag |
| | 18 al 22 | Moros y Cristianos / Moors and Christians / Maures et Chrétiens / Mauren und Christen |
| | 22 | Stmo. Cristo del Sudor |
| Noviembre / November Novembre / November | 1 | Todos los santos / All Saints Day / Toussaint / Allerheiligen |
| Diciembre / December Décembre / Desember | 6 | Día de la Constitución / Spanisch Constitution Day / Jour de la Constitution espagnole / Tag der Spanischen Verfassung |
| | 8 | Inmaculada Concepción |
| | 25 | Navidad / Christmas Day / Noël / Weinachten |

Elaboración propia a partir de www.calpe.es e Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano (2018)

De todos los elementos patrimoniales recogidos en la anterior ficha, hay algunos de ellos que están incluidos e inventariados con algún tipo de protección en el Inventario General de Patrimonio Cultural Valenciano, y son los siguientes:

Bien de Interés Cultural:

- Baños de la Reina

- La Casa Nova
- Murallas de Calpe
- Recinto amurallado de la Villa Medieval de Ifach
- Torre del Castellet

Bienes de relevancia local:

- Iglesia Parroquial Nuestra Señora de las Nieves
- Molí del Morelló
- Retaule Ceràmic de Santa Bàrbera

Como conclusión a este apartado, no hace falta repetir la cantidad de recursos históricos, patrimoniales, naturales (que no se han mencionado) y arqueológicos de que dispone el municipio. La problemática viene dada de la dificultad de la puesta a punto de los mismos, sumado a la dificultad también de articular las decisiones entre los diferentes departamentos. Por ejemplo: crear una ruta cultural, permitir la visita en los que no es posible visitar, dotar de señalética y elementos interpretativos, ya que en determinados recursos existe una carencia en cuanto a estos aspectos, etc. Quizás debería de plantearse el hecho de elaborar una estrategia que incluyese los recursos patrimoniales de mayor protección, ya que no todos tienen el mismo grado de uso o no presentan tanto potencial turístico.

El discurso que tienen que contar estos elementos patrimoniales es muy valioso, por tanto, el grado de uso turístico de los mismos y su funcionalidad como recursos patrimoniales dejan bastante que desear, ya que no existe una planificación como tal en cuanto a ellos.

Debido a la dispersión de ellos por todo el municipio, con mayor concentración en el casco histórico de Calp, cabría realizar un inventario pormenorizado por parte de los Departamentos de Turismo, Cultura, Fiestas, Casco antiguo y acervo popular, junto con Medio Ambiente, para aunar todos los recursos de todas las diferentes tipologías, y establecer estrategias de difusión de los mismos, acordes, por ejemplo, con su época histórica, o temáticas patrimoniales. Todo esto junto con la ayuda de técnicos y expertos, ya que por mucha buena voluntad que se tenga, quizás habría que mirar otras experiencias y buenas prácticas en otros municipios turísticos, para visualizar cómo abordar esta problemática, tal y como se ha hecho para los yacimientos arqueológicos en la presente investigación. Todo ello ayudaría a dotar al discurso e historia del municipio de lógica y a su vez conectar todos sus recursos patrimoniales.

Este tema es una tarea pendiente, aunque se haya intentado a través de determinadas acciones aisladas en los últimos años, promover el casco antiguo, lo que no ha sido suficiente. Desviar las políticas turísticas a centrarse en el sol y la playa y el urbanismo han hecho que la temática patrimonial esté abandonada desde la perspectiva de la conservación, difusión y adaptación para su uso turístico.

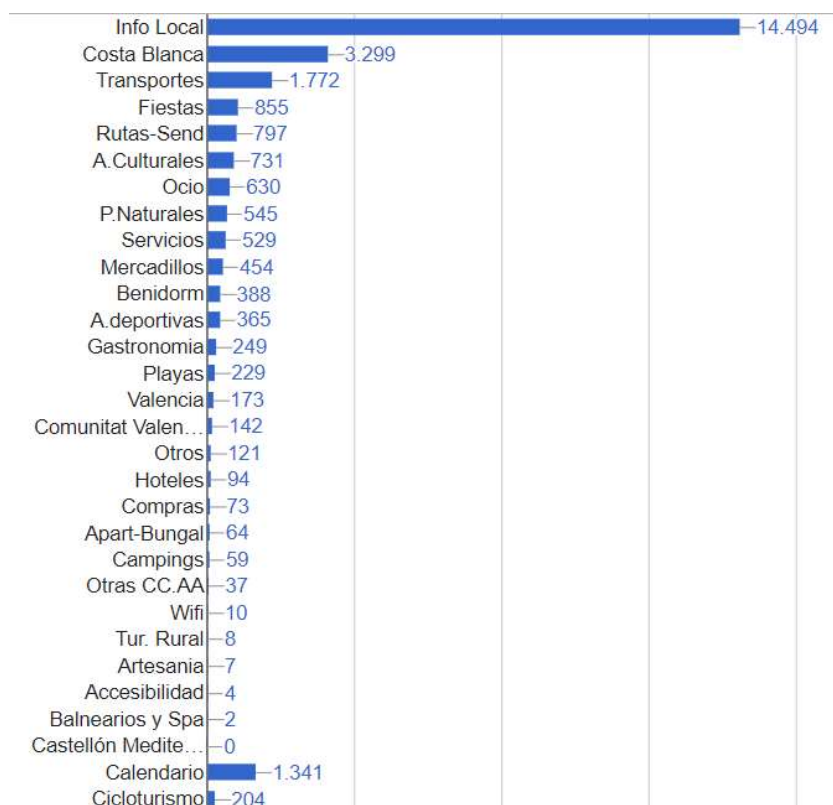
Pero que esta investigación no sea en balde. Quizás a través de ella sea el camino para que los diferentes departamentos creen relaciones interdepartamentales entre ellos y decidan abordar este tema con precisión y avidez, ya que, si no se pone en valor los recursos patrimoniales, los esfuerzos para que este sea una manera de complementar, diversificar o renovar el destino, serán en vano.

Por tanto, las posibilidades que presentan los recursos patrimoniales de Calp para ofrecer una oferta sólida en cuanto a patrimonio se refiere, son evidentes, dada la multitud y temática variada que ofrecen los mismos. Creación de rutas culturales, visitas guiadas, mejor información en destino, adaptación de su visita y uso turístico, mejora de las instalaciones, señalética, recursos de interpretación, son los pasos a seguir para convertir el patrimonio cultural de Calp en un recurso de primer orden, y se ha demostrado que existe una oferta consolidada y una demanda de la misma.

Para sustentar las afirmaciones realizadas, a continuación, se presentan una serie de datos, facilitados por el Departamento de Turismo de Calp, que son las demandas que han realizado los turistas en los últimos años 2017, 2018 y 2019, en cuanto a información turística demandada en la oficina de Turismo Central “Tourist Info Calpe Peñón”, ubicada como se mencionó anteriormente en la Av. Ejércitos Españoles, nº 44, en Calp.

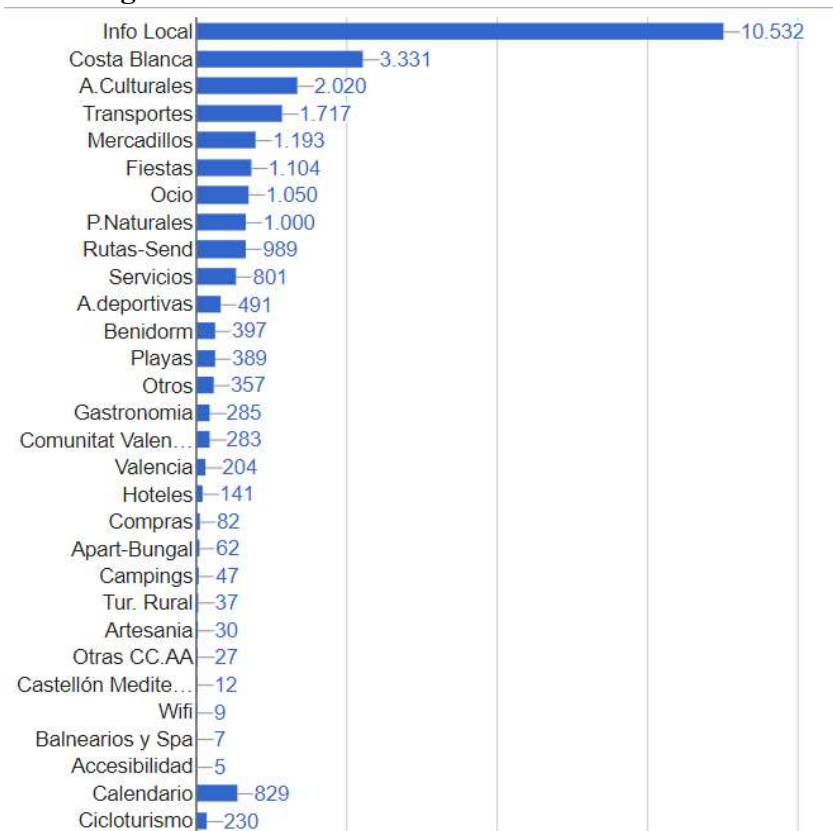
Cabe mencionar que del año 2017 no existe la figura, no obstante, sí que existen los datos, por lo que ha elaborado una tabla aparte, la tabla nº4, donde se reflejan los datos conjuntamente con los del año 2018 y 2019, para poder evaluar la evolución que han tenido las demandas solicitadas por los turistas en estos últimos tres años, donde, como se verá, las demandas que tienen que ver con los atractivos culturales, han ido incrementándose, teniendo cada vez más importancia, a lo largo de los años.

Figura nº 19. Demandas año 2018



Fuente: Departamento de Turismo de Calp

Figura nº 20. Demandas año 2019



Fuente: Departamento de Turismo de Calp

Como se puede apreciar en las figuras nº19 y 20, las dos primeras demandas que aparecen son “Info Local” y “Costa Blanca”, esto se debe a que los informadores turísticos deben marcar siempre la “procedencia” de la demanda del turista, es decir, de dónde ha preguntado cada “demanda” el visitante. Es decir, un turista que pregunte por ejemplo por las actividades culturales en Calp, y el mercadillo en Benidorm y en otras localidades, así como bus o tren para desplazarse a las mismas, para insertarlo correctamente se marcará “Info Local, Costa Blanca, Benidorm, y después actividades culturales, mercadillos y transporte” por ejemplo. En la figura nº 21, se muestran las diferentes demandas que recoge la Red Tourist Info, para tener una visión general de lo que se pregunta. Cada oficina de turismo puede añadir las demandas que desee a las estándar, si considera necesaria la adición del algún otro elemento como lo es, por ejemplo, para el municipio de Calp “Cicloturismo” y “calendario”, debido la importancia que tiene Calp en cuanto a ciclismo se refiere, y al calendario que se elabora todos los años el departamento de Turismo, muy demandado entre los turistas y locales, como se puede observar.

Figura nº21 Diferentes demandas



Fuente: Departamento de Turismo de Calp

Dicho esto, queda constancia que la procedencia de las demandas va a ocupar siempre el primer lugar y segundo lugar, ya que, si esto no ocurre, estarían mal insertadas. Si solo se marcasen transporte, actividades culturales o mercadillo sin mencionar de donde provienen, no tendría mucho sentido.

Tabla nº4. Demandas de los turistas

| POSICIÓN | 2017 | 2018 | 2019 (en lo que se lleva año, hasta agosto) |
|----------|---------------------|----------------------|---|
| 1. | Info Local (14222) | Info Local (14.494) | Info Local (10.532) |
| 2. | Costa Blanca (4321) | Costa Blanca (3.299) | Costa Blanca (3.331) |

| | | | |
|----|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 3. | Transporte (2281) | Transporte(1.772) | Actividades Culturales (2.020) |
| 4. | Ocio (1658) | Fiestas (855) | Transportes (1.717) |
| 5. | Fiestas (1466) | Rutas Senderos (797) | Mercadillos (1.193) |
| 6. | Servicios (1248) | Actividades Culturales (630) | Fiestas (1.104) |
| 7. | Rutas / Senderos (1219) | Ocio (630) | Ocio (1.050) |
| 8. | Parques Naturales (1056) | Parques Naturales (545) | Parques Naturales (1.000) |
| 9. | Actividades Culturales (965) | Servicios (454) | Rutas / senderos (989) |

Elaboración propia

En esta Tabla nº 4, se puede observar que, en el año 2017, la demanda “Actividades Culturales” estaba entre las 10 primeras, pero en la posición nº 9, bastante a la cola del resto (transportes, ocio, fiestas, servicios...). Sin embargo, con el paso de los años, ha ido subiendo de escalón, para colocarse el año 2018 la nº6 (detrás de transportes, fiestas y rutas / senderos), y cobrando cada vez más importancia entre los visitantes. En el año 2019 pasa a ser la nº3, es decir, la primera demanda por la que ha preguntado la gente en destino en la oficina principal. El número que tiene al lado cada demanda, es el número total de demandas que ha tenido, es decir, el número total real de personas que han preguntado por cada una de las demandas, en este caso las actividades culturales que se pueden hacer en el destino. (El 2019 es menor debido a que las demandas son hasta septiembre).

Por tanto, y como conclusión general a todo el apartado, primeramente, se ha caracterizado el destino de Calp, se ha establecido un análisis pormenorizado de sus recursos patrimoniales, y se ha constatado que existe una demanda de actividades culturales, además del crecimiento por el interés sobre los mismos. Según los datos de la Encuesta Tourist Info 2017, las visitas culturales, en tercer lugar, han sido o son una de las intenciones de los turistas, y si a eso le sumamos la creciente demanda de la tabla nº4, esto determina que el papel del patrimonio cultural en Calp es cuando menos, importante, ya sea para complementar la estancia en verano al producto sol y playa, o bien por todo lo que éste tiene que ofrecer a lo largo del año si, se planifica o articula desde la administración local una buena estrategia en cuanto a patrimonio cultural se refiere.

7.3.- Ciclo de vida, reestructuración productiva y estrategia de diversificación de un destino: El Plan Estratégico de Diversificación

A lo largo de la presente investigación, se ha hecho mención a la teoría del ciclo de vida de Butler (1980) apud Rico (2014), y a las diferentes estrategias de reestructuración productiva (Agarwal, 2002 apud Rico y Baños, 2016) o estrategias de diversificación de producto en términos de complementariedad (Vera y Baños, 2010), que abordan los destinos turísticos en función de la orientación que hayan tenido hacia los destinos o a qué productos, o dependiendo de la fase del ciclo de vida del destino en que se encuentren.

Los destinos turísticos, al igual que los productos y servicios, tienen una serie de etapas evolutivas: descubrimiento, inicio, desarrollo, consolidación, estancamiento y post-estancamiento (Butler, 1980 apud Rico, 2014). Dependiendo de cada destino y atendiendo a sus características, los destinos no tienen por qué pasar por todas y cada una de las etapas, ya que cada uno de ellos es diferente y atiende a unas determinadas y características.

En cuanto al ciclo de vida de los destinos turísticos, esta teoría es una de las más implementadas en los destinos turísticos desarrollados y consolidados que, identificada la etapa del estancamiento, deben reorientarse o renovarse para no caer en decadencia o declive, en intentar redirigirse y/o rejuvenecer, a través de las estrategias de reorganización de producto o transformación de producto, que son acogidas por los destinos turísticos como respuesta ante dicho declive o estancamiento (Agarwal) 2002 apud Rico (2014), para poder mantenerse ante sus competidores más directos.

En un escenario tan dinámico y cambiante, donde un día se está y al siguiente puede que no, los destinos turísticos litorales de la costa alicantina, entre ellos el municipio de Calp, que suelen estar caracterizados por la madurez del destino y del producto turístico al que están orientados (en este caso, el sol y la playa), que suelen estar saturados y masificados en la época estival y, como la mayoría de los mismos, se enfrentan a la necesidad de abordar esta situación a través de la introducción de estas políticas de renovación y/ diversificación en un intento de diferenciarse de los competidores, a través de la autenticidad y la introducción de nuevos elementos, (como se ha ido viendo a lo largo de esta investigación, nos referimos a los recursos patrimoniales), estos pueden ser ese elemento diferenciador, diversificador, con carácter de renovación para un destino cuya excesiva especialización ha hecho necesario su replanteamiento y reorientación en cuanto a políticas turísticas se refiere.

No obstante, y tal y como mencionan autores como Vera y Baños (2010), los destinos orientados al producto sol y playa, la mayoría en situación de consolidación, son elementos cohesionantes del escenario turístico internacional, los cuales está siempre en continua reestructuración. Es por ello, por lo que no se debe dar por perdido un destino turístico consolidado, ni mucho menos. Como afirma

Rico (2014), existen críticas que ponen en duda a este modelo, debido a las dificultades que se plantean en cuanto a la definición entre las diferentes fases evolutivas que este plantea, y los puntos de inflexión de las mismas (Agarwal, 2002 apud Rico, 2014).

Es más, otros autores, como Vera y Baños (2010) apud Rico (2014), también consideran oportuno tener en cuenta otras variables, no solo el crecimiento de turistas a la hora de considerar la evolución de un destino turístico desde un punto de vista integral. Es decir, plantean de nuevo los modelos y teorías evolutivas del espacio turístico. Ellos mismos renombran incluso las fases del ciclo de Butler “estancamiento” y “declive”, como situaciones recesivas o de crisis estructural, ya que este modelo, al no tener en cuenta otras variables, resulta levemente obsoleto.

En palabras de Vera y Baños (2010), se deben establecer nuevas estrategias enfocadas desde la planificación, la sostenibilidad y la gobernanza, en cuanto a la identificación de las necesidades y prioridades de la renovación de cada destino turístico se refiere, a través de modelos teóricos de carácter regional, de manera que sea una herramienta capaz de ponerse en práctica en los destinos litorales consolidados.

En este escenario y contexto de renovación de espacios litorales, el municipio de Calp elaboró en el año 2015 un plan estratégico de diversificación turística, denominado “Plan de Promoción y Diversificación Turística de Calp”, elaborado por José Francisco Perles Ribes, Agente de Desarrollo Local de Calp, y responsable de contratación del área de Turismo del Ayuntamiento de Calp. De este autor, también cabe mencionar su tesis doctoral “Turismo, ventaja competitiva y desarrollo local” (2004), y el posterior libro “Calpe, causas del éxito turístico residencial” (2009). En este Plan, se realiza un análisis de debilidades, amenazas fortalezas y oportunidades del municipio, se diagnostica la situación actual, se plantean diferentes escenarios, se proponen una serie de alternativas que contemplan productos alternativos al modelo actual, así como la determinación de una serie de objetivos generales, identificación de agentes implicados, definición de la misión, y líneas y objetivos estratégicos. Por otro lado, también se realizó al año siguiente, en el año 2016, el “Estudio turístico de Calp 2016”, con un análisis exhaustivo y pormenorizado de la oferta y demanda turística de Calp. Según Perles (2015), el municipio de Calp alcanzó su punto más álgido en cuanto a competitividad se refiere, especializado en el modelo de sol y playa y caracterizado por un fuerte desarrollo inmobiliario. Sin embargo, esta situación de excesiva especialización, debe de ser tomada en cuenta por la política turística, ya que esta dependencia determina que sea una amenaza para el municipio. Es por ello, y en base a mejorar las dedicaciones del Departamento de Turismo de Calp, cuyas funciones se ciñeron durante años a servicios de promoción e información, dejando de lado la planificación, que se creyó necesaria la elaboración de dicho plan, para que sirviera de base como un documento estratégico con medidas coherentes para diversificar el producto turístico de Calp.

Debido a la amplitud en contenidos del mismo, nos centraremos en los apartados de interés para este epígrafe y la presente investigación. En este caso, serán las contemplaciones en cuanto a la diversificación o reorientación de producto se refiere.

Primeramente, en el diagnóstico turístico estratégico, se contemplan las siguientes connotaciones de interés para la presente investigación:

Oportunidades:

- Potenciar el turismo arqueológico-monumental
- Existencia de restos arqueológicos interesantes
- Existencia de un patrimonio cultural de marcado interés, reflejado en la red de museos del municipio

Debilidades:

- Oferta complementaria no desarrollada, sobre todo aquella relacionada con el mundo del mar (posibilidad de crear el museo del mar)
- Saturación en algunos periodos del año (temporada alta)

Amenazas:

- Proyección de una mala imagen del destino (saturación en verano y aburrimiento en temporada baja)
- Pérdida de la capacidad del Ayuntamiento para reinvertir en el mantenimiento y mejora de los recursos turísticos
- Cambio de tendencias en la demanda experiencias más auténticas, que pueden dejar obsoleto el producto turístico de Calp
- Necesidad de solventar definitivamente la conservación del yacimiento arqueológico de los Baños de la Reina

La conclusión a las debilidades, amenazas y oportunidades mencionadas pueden sintetizarse del siguiente modo:

Las oportunidades que se mencionan en este plan de promoción y diversificación, y que el municipio de Calp debería plantearse en sus estrategias o planificación para diversificar el producto o potenciarlo, es, primero que todo, el reconocimiento de la existencia de restos arqueológicos interesantes y de potenciarlos que en este caso se identifica en los yacimientos de la Pobra d'Ifac y Baños de la Reina, y que poseen un gran valor arqueológico-monumental. También se menciona la existencia de un patrimonio cultural de marcado interés. Este ha quedado plasmado en la ficha inventario de recursos turísticos patrimoniales de Calp, que se ha realizado para la presente

investigación, y que da fe de la gran multitud que existen en el municipio, así como la variada temática, diversidad histórica, etc.

En referencia a las amenazas y debilidades que se mencionan, debe de plantearse que, si la oferta complementaria no está desarrollada, pero sí que existen los recursos, deben concentrarse los esfuerzos en que así sea, y el Ayuntamiento debe invertir en la adaptación, puesta a punto, protección y conservación de estos recursos, para evitar esa mala imagen del destino de nada que hacer en invierno y saturación en verano.

En cuanto a la prospección de alternativas para diversificar el producto turístico de Calp, entre otros, se contempla el turismo cultural. En cuanto a lo más relevante que se menciona en este apartado es que a día de hoy el patrimonio cultural se presenta como un elemento relevante para incluir en las estrategias de diversificación, pero desgraciadamente la carente falta de adaptación para su uso y disfrute turístico, así como su accesibilidad, complican sus posibilidades para ser explotado o incluido en dichas estrategias de diversificación.

Por último, en cuanto a las líneas y objetivos estratégicos planteados en dicho plan, cabe destacar:

Objetivo estratégico de la Línea 1.

Calp todo el año: conseguir la desestacionalización de la llegada de visitantes al municipio proponiendo un programa completo de actividades y fomentando aquellos atractivos que pueden favorecer la llegada de visitantes en temporada baja.

Calp por cien motivos: reducir la monotonía motivacional de la demanda evitando que no todos los que acudan a Calp lo hagan por su sol y sus playas.

Calp es mucho más: se persigue reducir la saturación de la playa como único atractivo turístico promoviendo la difusión de los beneficios de esta actividad por todo el término municipal.

Mencionados estos tres objetivos, queda bastante claro que, a través del estudio de la presente investigación, donde se ha descrito un perfil de la demanda, así como sus intereses, intenciones, y el crecimiento de demanda de actividades culturales, así como el crecimiento de turistas, queda patente que poco a poco, se ha ido consiguiendo y demostrando la capacidad desestacionalizadora que tienen realmente los recursos patrimoniales del municipio, y se pone de manifiesto la importancia que tienen para el desarrollo del municipio de Calp.

En cuanto a las acciones asociadas a la línea 1, no nos detendremos a analizar cada una de ellas, sino solo las que realmente tengan alguna conexión con la presente investigación. En este caso, se hace

alusión a “Valorizar el yacimiento arqueológico de los Baños de la Reina, al menos en la zona de propiedad municipal, para convertirlo en un museo al aire libre”. A día de hoy, este asunto ni siquiera ha dado los primeros pasos. No obstante, el expediente como BIC se incoó a principios de año, con lo que con la elaboración de este documento quizás haga estar más cerca la posibilidad de poner en valor el recurso arqueológico en Calp, y, se espera que ocurra lo mismo con el yacimiento arqueológico de La Pobra d’Ifac.

Para finalizar este apartado, es necesario mencionar que en el marco de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado “EDUSI Revitaliza Calp”, en el Plan Director “Calpe DTP” Destino turístico Inteligente (2016), se manifiesta, en cuanto a acciones Tecnológicas y de Márketing, cubrir el vacío existente en cuanto a instrumentos de promoción y difusión se refiere, debido al cada vez más frecuente uso de dispositivos móviles para la gestión turística y cultural. La información más relevante en cuanto a contenido cultural / patrimonial se refiere el mencionado apartado es: agenda de eventos interactiva y catálogo de recursos y servicios turísticos.

En cuanto a acciones de índole de innovación tecnológica, recientemente se ha lanzado una app para dispositivos móviles que se llama “Calp y el sombrero perdido”, en el que un personaje de la época ayuda a descubrir de forma interactiva los recursos culturales del municipio. Quizás hubiera sido una posibilidad haber utilizado un personaje real, como el botánico Cavanilles, o el francés Laborde, quien hizo el famoso grabado del Peñón en 1806, y donde ya se apreciaba La Pobra d’Ifac.

8. La Poble d'Ifac: Análisis y potencialidad turística

Llegados a este punto de la investigación, en los anteriores capítulos se ha establecido la conexión entre patrimonio y turismo, y se ha analizado la contribución del patrimonio al desarrollo turístico. Se ha determinado que la interpretación del patrimonio es una herramienta esencial para la valorización del patrimonio cultural, y se han planteado el arqueoturismo y los recursos patrimoniales como un producto turístico con muchas posibilidades, y muy susceptibles de ser incluidos en estrategias de diversificación de producto, ya sea para la complementariedad, renovación o diversificación de Calp, así como por ser un instrumento también para valorizar los recursos patrimoniales de un destino turístico. Este patrimonio local, como se ha visto en experiencias de otros yacimientos o museos, presenta una amplia potencialidad en cuanto a recursos de interpretación se refiere, desde el punto de vista de la innovación, la creatividad, la singularidad y la autenticidad, pudiendo ayudar a diferenciarse de otros destinos, a aumentar el valor añadido de la experiencia turística, y a su vez ofrecer algo nuevo a los visitantes, conservando y poniendo en valor la identidad y valores del patrimonio local. Igualmente, se ha analizado la demanda del municipio de Calp y las estadísticas del Departamento de Turismo, detectando que este producto puede ayudar a desestacionalizar la demanda, y ser un complemento al turismo de sol y playa no solo en la época estival, sino el resto del año. En este apartado procede ahora centrarse en La Poble d'Ifac, un yacimiento arqueológico de primer orden ubicado en un enclave único, el Peñón de Ifach, y analizar sus particularidades y potencialidades como recurso patrimonial. No se extenderá más la explicación en este punto, para ampliarla así debidamente en los puntos que prosiguen.

8.1.- Breve introducción histórica

El yacimiento arqueológico de la Poble d'Ifac es un yacimiento medieval que data de finales del S.XIII. El estudio del mismo hace que sea único y singular en toda la Comunidad Valenciana, debido a que es la única pobla de conquista que no ha sido excavada, transformada ni alterada con anterioridad, ya que actualmente y en la mayoría de los casos, las actuales urbes que conocemos yacen encima de estos restos arqueológicos.

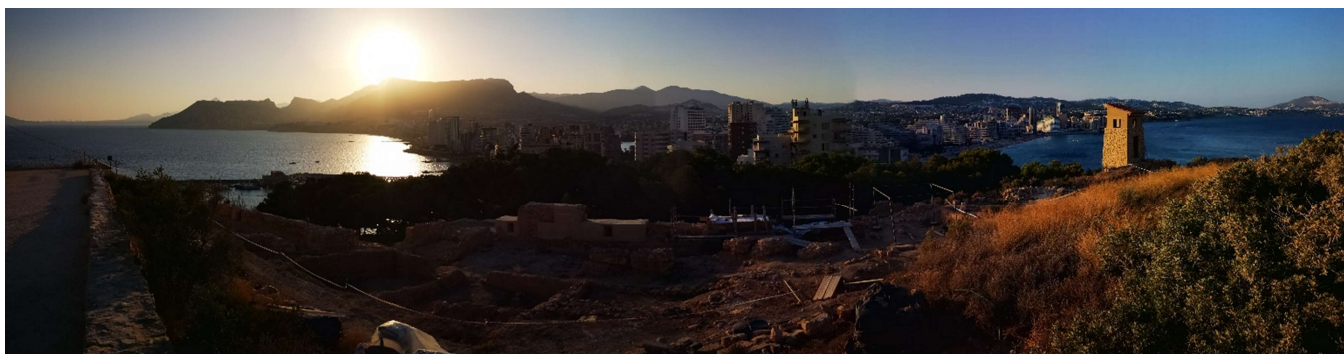
Este no es el caso de la Poble d'Ifac, puesto que este yacimiento estuvo habitado solamente durante unos decenios, para, posteriormente, ser abandonado. La ubicación al lado del mar, que podía acarrear peligros piráticos, fue una de las razones, entre otras, de su abandono. No obstante, los trabajos, excavaciones e investigaciones que se han llevado a cabo a través de la Fundación MARQ desde el año 2005, junto con la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural (de ahora en adelante, Conselleria) y el Ayuntamiento de Calp, han sacado a la luz los modos

de vida de la época, y han ido descubriendo los entramados históricos y el día a día de los pobladores de la misma, con personajes como Roger de Llúria o su hija Margarita.

Durante el segundo tercio del S.XIII hasta mediados del S.XIV, se llevó a cabo la construcción de poblas a lo largo de todo el Reino de Valencia (Menéndez et al. 2018). Después de ocurrir la conquista feudal de Valencia en el año 1238, la conquista del reino y la creación de estas poblas viene acompañada por una conquista pacífica de pobladores, ya que se trasladaba a la gente desde diferentes puntos del reino, para colonizar las nuevas zonas de conquista e implementar un modelo feudal, en un escenario de decadencia para el imperio andalusí (Menéndez, 2016).

A través del ofrecimiento de atractivas condiciones a los inmigrantes cristianos, que acrecentaban las de sus lugares de origen, explican el éxito obtenido por el sistema feudal valenciano, ya que estas condiciones incluían en destino la edificación de una villa propia, así como atenerse a una serie de impuestos y concesiones, mediante los cuales se concedía a cambio a cada colono una porción de tierra para construirse su villa, así como terrenos (Menéndez et al. 2018).

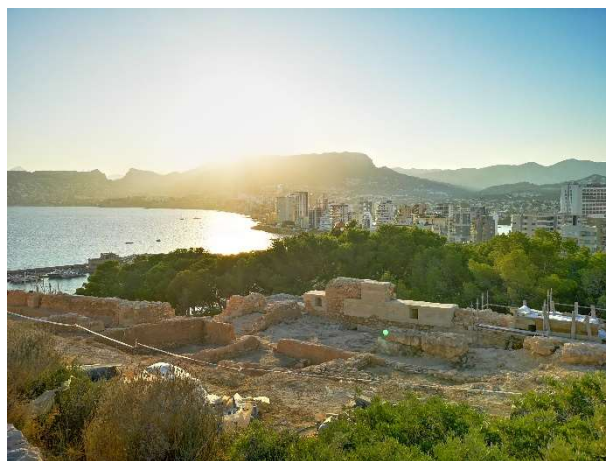
En líneas generales, encontramos un recinto amurallado, con torres, una zona de acceso y control, edificios identificados como almacenes, una iglesia medieval, una necrópolis, y la recién descubierta puerta oeste.



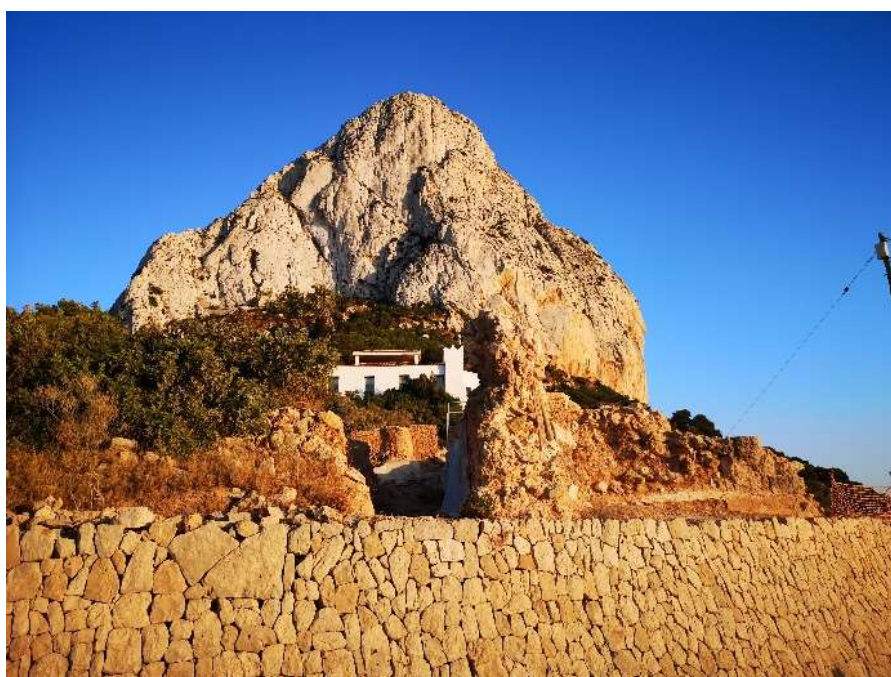
Vista panorámica de las dependencias de entrada a la Pobl. *Foto de la autora.*



Torre del Campanario y restos de la Iglesia de Nuestra Señora de los Ángeles. *Foto de la autora.*



Dependencias entrada norte Poble d'Ifac, desde dos puntos de vista diferentes. *Fotos de la autora.*



Zona de la recién descubierta puerta oeste, la que se cree daba acceso a las zonas cotidianas de la Poble d'Ifac. *Foto de la autora.*

8.2.- Marco competencial del yacimiento

El marco competencial que engloba al yacimiento es amplio y variado, ya que le afectan multitud de normas y figuras al ser un parque natural, presentar recintos amurallados, restos arqueológicos, pertenecer a la Generalitat Valenciana, etc. El marco competencial que le afecta es el siguiente:

- Ley 16/85 de Patrimonio Histórico Español.
- Ley Valenciana de Medio ambiente 11/94, que, dentro de las competencias de patrimonio natural, contempla aspectos y competencias del patrimonio cultural también.

- Ley 4/98 de Patrimonio Cultural Valenciano: autoriza todo lo que se puede hacer en el yacimiento.
- La figura de BIC: está pedido el expediente de incoación, pero aún está en trámite.
- PRUG: Plan regulador de usos del Parque Natural. Genera los permisos que se otorgan desde Conselleria, de la que el parque es propiedad. Existe una modificación importante del PRUG: en el año 2012, se decidió que desde el torno que contabiliza a los visitantes, y donde empieza el ascenso por la cara norte a la cima del Peñón e Ifach, no se podrían hacer excavaciones arqueológicas, debido a la necesidad de protección que tiene la senda ambiental, y puesto que la actividad arqueológica necesita levantar la cubierta vegetal. En este caso, hubo un acuerdo de todas las partes de jamás realizar ninguna excavación arqueológica desde el torno hacia arriba. Esta modificación es importante ya que se aplicó recientemente. Se hizo una prospección, se tomaron fotografías de las zonas hace años excavadas por otros arqueólogos, pero se decidió por unanimidad que ya no se harían actuaciones arqueológicas a no ser que el Parque Natural lo decidiese por necesidad urgente, como manifiesta el director de las excavaciones.

8.3.- Situación actual

El estado actual de la Pobla, según la entrevista mantenida con el director de las excavaciones, José Luís Menéndez Fueyo, es la de un yacimiento que tiene aproximadamente una extensión de 4.3Ha, de las cuales afirma no cree que se haya llegado a excavar el 20% de las mismas, por lo queda mucha extensión todavía por excavar.

Las excavaciones comenzaron en el año 2005, cuando las prospecciones duraban un par de semanas o un mes. Desde el año 2008, se estableció un convenio entre el Ayuntamiento de Calp y la Fundación MARQ, en el que se fijó que las excavaciones durasen toda la época estival, es decir, los meses de julio y agosto. Desde que se puso en práctica este acuerdo, lo han mantenido todos los alcaldes desde entonces. A partir de ese momento, todos los meses de julio y agosto, en este periodo, se desplazan estudiantes de Historia, Arqueología, Historia del Arte, y alumnos de Restauración de Escuelas y Universidades Españolas y Europeas, que deseen adquirir experiencia y formar parte de la investigación y labores de excavación en el yacimiento (Proyecto Ifach, 2019).

El reto al que se enfrentan los arqueólogos es encontrar un equilibrio entre la zona excavada y abierta con la zona a conservar. Se tiene un acuerdo con el Parque Natural del Peñón de Ifach, el mencionado en el apartado del marco competencial, y que se recoge en el PRUG del parque. Este acuerdo establece que la zona acotada donde se permiten las excavaciones, es desde el torno que cuenta los visitantes hacia abajo, que es justo donde se encuentran la mayoría de los restos arqueológicos. Es decir, esta

zona abarca toda la zona del Mirador de Levante, zona norte y zona oeste del parque. La razón de que el Parque Natural la considere de inferior valor ambiental, es debido a que se clasificó como un vertedero clausurado, por los restos del hotel que se iba a construir encima de la Iglesia Medieval de Nuestra Señora de los Ángeles. En el año 1987 el hotel se demolió y posteriormente se esparcieron los restos de la obra por la ladera. Es por ello que esta zona está considerada como un sector de menor interés o importancia ambiental por el parque, y ello les ha permitido a los arqueólogos acceder con total libertad a los restos arqueológicos y proseguir con las excavaciones. De hecho, esta es la parte que más les interesaba para las labores de excavación, ya que en ella se ubican la mayoría de los restos arqueológicos.

En cuanto a la pregunta que uno se plantea de si el yacimiento es visitable o no, la respuesta es un no rotundo. Hasta que no exista un Plan Director en el cual se ponga el valor el yacimiento y se recojan las bases del mismo, esto no será posible.

En este yacimiento se presenta el mismo caso que el del yacimiento de los Baños de la Reina, son dos yacimientos arqueológicos sin terminar de convertirse en visitables, pero en los que hay que favorecer que los turistas y los habitantes del municipio conozcan y valoren. Por ahora, con lo que el yacimiento en su estado actual permite, se realizan entre 2 o 3 visitas organizadas por el Parque Natural a lo largo del año, donde junto con el director y co-director de las excavaciones, se realiza una visita dentro del mismo. Cabe mencionar que no se permiten las visitas de guías turísticos con grupos a no ser que estos estén acompañados de alguien perteneciente a la dirección de las excavaciones del yacimiento. No obstante, ellos no pueden participar de la visita, ya que eso conlleva un lucro económico, lo que no les está permitido.

En cuanto a elementos informativos e interpretativos se está bastante “virgen”, según afirma el director de las excavaciones. Se manifiesta por su parte y por parte de la Unidad de Gestión del Parque Natural, que están planteados a corto plazo dos carteles de señalización general, uno para los restos arqueológicos de la Iglesia de Nuestra Señora de los Ángeles, y otro para la zona de la Muralla Norte, así como otro que identifique al yacimiento a la llegada del Parque Natural, con los nombres de los tres entes relacionados fundamentales de la Poble d'Ifac: Ayuntamiento de Calp, MARQ y Conselleria, que indique que se encuentran los restos arqueológicos en ese lugar. Todos los carteles deben estar dentro de la estética que marca la normativa del parque.

Como anécdota, para que nos hagamos una idea, uno de los carteles que existen de señalización actualmente, es debido a que la Poble y los yacimientos alicantinos deben de estar identificados a través de un cartel georreferenciado por la Guardia Civil, si realmente desean que si algún expoliador entre en el yacimiento en intente apropiarse de algún resto, quede claramente demostrado que era un yacimiento, porque si no, según dictaminó un juez, esa persona se “podría” haber confundido si no estaba “expresamente” señalizado. Por lo que, tras los robos de unos expoliadores en otros

yacimientos alicantinos, que tenían entre sus planes asaltar los yacimientos de la Pobla d'Ifac y Baños de la Reina, la Dirección General de Patrimonio decidió poner el cartel.

En cuanto al Centro de Interpretación, existe un proyecto museográfico redactado, que incluye paneles, vídeos, una zona didáctica, talleres para niños, una zona con novedades de las excavaciones, un montaje con piezas de sillería, e incluso un “photocall” para reclamar una candidatura seria a Patrimonio de la Humanidad del Peñón de Ifach. Esto quiere decir que a corto plazo hay contempladas una serie de acciones que permitan un Centro de Interpretación del yacimiento, al menos hasta que el mismo sea visitable.

Este proyecto museográfico está recogido en un convenio entre el Parque Natural, es decir, Conselleria y la fundación del MARQ. El acuerdo de este convenio establece que la Conselleria debe adecuar y acondicionar las instalaciones, y el MARQ se encarga de los contenidos museográficos. Para que este proyecto siga adelante, falta que se firme por parte de la Conselleria, a lo que se lleva esperando unos años. A falta de que se firme dicho convenio, se podrán establecer las partidas, y en un futuro no muy lejano este debería de comenzar a ejecutarse, y a haber acciones que permitiesen a los habitantes y visitantes conocer este yacimiento. Se manifiesta la necesidad urgente de acelerar este proceso, y de establecer en el parque un lugar para el yacimiento de la Pobla d'Ifac, para que la gente pueda conocer de primera mano el yacimiento arqueológico y donde se puedan exponer los hallazgos que se van realizando, así como mejorar la información del Museo de Historia de Calp. En definitiva, existe un déficit general en el yacimiento en cuanto a conservación, investigación y mejora de infraestructuras se refiere, y que, para poner el recurso en valor y protegerlo, es necesario abordar rápidamente.

8.4.- Análisis y potencialidades turísticas

En este apartado se realizará un análisis del yacimiento de la Pobla d'Ifac, pero también del Museo de Historia de Calp, ya que este es el único elemento a través del cual se puede conocer algo de información de los recursos arqueológicos de Calp y de la Pobla d'Ifac. Este estudio se abordará con los datos que se han ido revelando a través de esta presente investigación, y los que han proporcionado algunas de las entrevistas mantenidas a propósito de la misma.

8.4.1 Análisis del yacimiento de la Pobla d'Ifac y del Museo de Historia de Calp

Debido a la falta de infraestructuras que presenta el yacimiento arqueológico, junto con la carencia en cuanto a señalética, pandería, así como el hecho de que el yacimiento en sí no sea visitable, hacen que el único lugar donde se puede decir que se podría encontrar algo de información del mismo es el Museo de Historia de Calp. Es por ello, que se ha creído oportuno completar la ficha de elementos

interpretativos utilizada para los yacimientos y el museo visitados para el ejercicio de Benchmarking para, de algún modo, comparar y evidenciar qué elementos se podrían aplicar o mejorar en dicho museo para, en la medida de lo posible, fomentar el conocimiento y la difusión del yacimiento, y del resto de recursos patrimoniales del municipio. En definitiva, que el Museo de Historia de Calp sea el vehículo transmisor de los conocimientos Poble d'Ifac, dado que en el lugar del yacimiento actualmente es imposible.

No obstante, y antes de ello, conviene mencionar ciertos aspectos mantenidos en la entrevista con Bernia Sanz Kite, Historiadora, Arqueóloga, calpina y Guía Turística Oficial habilitada por la Comunidad Valenciana. Esta guía realiza visitas turísticas por diferentes puntos del término municipal de Calp, y es conocedora de las demandas de los visitantes, de sus percepciones, y también del estado de los recursos patrimoniales. Además, ella es una de las pocas empresas de Calp que se dedica a la difusión del patrimonio turístico desde el plano interpretativo, si no es la única.

Normalmente, el producto arqueológico en Calp por sí solo no es un foco de atracción o argumento en sí mismo por el que la gente se interese. No obstante, si se presenta como parte complementaria a una visita, sí que resulta atrayente para los visitantes, ya que estos muestran interés y la respuesta suele ser siempre positiva. Según ella, y debido a los ya comentados problemas administrativos y de titularidad a los que se enfrenta el yacimiento de los Baños de la Reina, la Poble d'Ifac está, a su juicio, más preparada para la visita que el citado yacimiento. Esto se debe a que, en los Baños de la Reina, cuando se hacen visitas, es difícil establecer un control de la gente, ya no existe ninguna pasarela y se debe tener precaución con los restos arqueológicos. En cambio, en la Poble, debido a su distribución aterrazada, no se vería afectada por esta problemática.

En cuanto al Museo de Historia de Calp, ya se nos adelanta que la exposición que aparece en él, fue donada íntegramente por el MARQ. Es una exposición que estuvo exhibida en dicho museo. Cuando la exposición terminó, se donaron todos los elementos: panelería, vitrinas, elementos arquitectónicos, utensilios, etc., al Museo de Historia de Calp. Esa donación ocurre en el año 2009, y los trabajos en la Poble d'Ifac comenzaron en el año 2005, por tanto, todo aquello posterior al año 2009 no queda reflejado en el Museo ni en ningún otro lugar de Calp. Es decir, todos los hallazgos que se han producido en los últimos 10 años, así como las novedades, son desconocidas para la mayoría de los visitantes o habitantes de Calp.

También se manifiesta lo que posteriormente se ha confirmado con la visita al Museo de Historia de Calp, y es que no existe un orden lógico, ni un discurso con lo que nos encontramos en el museo, debido a que falta mucha información.

Museo de Historia de Calp, Calp

NOMBRE DEL MUSEO: Museo de Historia de Calp

Ubicación: C/Santísimo Cristo nº7, Calp

Museo y/o Centro de Interpretación: Sí

Elementos interpretativos: Sí. Más bien informativos (panelería /cartelería)

Observaciones:

El museo se estructura en:

- En la Planta 0 se encuentra la recepción, pero carente de información en cuanto al museo en sí se refiere, y con elementos en exposición de la edad de bronce y la época ibérica. Sí que es verdad que hay que hacer mención a que existe un panel que incluye todos los yacimientos arqueológicos de Calp, los explica por etapas y los ubica en el mapa.
- En la planta 1 se encuentra la panelería y exposición de los Baños de la Reina.
- En la planta 2, se encuentra la panelería y exposición de la Poblá d'Ifac.

El edificio en sí donde se ubica el Museo, es un antiguo Museo que antes se llamaba “Casa de la Senyoreta”, en referencia a la “Senyoreta Amparitos”, una calpina popular por su famosa generosidad. Esta antigua casa, que alberga al Museo de Historia de Calp, desgraciadamente no está precisamente adaptada y carece de elementos interpretativos. La entrada está adaptada a minusválidos, pero el museo dispone de más plantas, a las que solo se puede acceder por escaleras. Los contenidos no están traducidos más que al español y al valenciano, con lo que los turistas extranjeros no tienen opción de comprender lo que están visitando, y el número de turistas extranjeros en Calp representa a más del 50% de los visitantes, con lo que este hecho debería de ser considerado. Tampoco existe material informativo en el museo relativo al mismo y las exposiciones, y existe un vacío en cuanto a indicaciones dentro del museo se refiere.

1. Conexión del museo con los yacimientos y resto de recursos patrimoniales

Este museo alberga dos pequeñas exposiciones en cuanto al yacimiento arqueológico de la Poblá d'Ifac y al de Baños de la Reina, Es de agradecer que exista algo de información sobre esos dos valiosos recursos y que se les dedique un espacio en el municipio, ya que la señalética in situ de ambos es escasa, y no se pueden visitar. La información dentro del museo podría mejorarse convenientemente, en cuanto incluir a todos los recursos patrimoniales, o si no, los más relevantes desde el punto de vista cultural y turístico, así como implementar la numeración y orden lógico de la panelería, y traducir en algún idioma extranjero, por ejemplo al inglés, por lo menos.

2. Elementos de Interpretación directa

Centro de Interpretación / Museo: Es un museo, de tres plantas, con una exposición permanente sobre los Baños de la Reina y La Poblá d'Ifac.

Cartelería / Panelería:

- **Legibilidad.** Sí, confort visual, letras blancas sobre fondos negros u oscuros. Las alturas no son todas adecuadas. Unas son altas, otras bajas, otras con letras muy pequeñas, lo que dificulta la lectura y comprensión de algunas de ellas.
- **Atracción.** Se utilizan imágenes en los mismos, a color, con reconstrucciones virtuales, que son atractivas. Algunos textos son muy extensos. No existen preguntas o datos curiosos que capten la

| |
|---|
| <p>atención. No existe una lógica entre la pandería, en cuanto a color o estructuras de las mismas se refiere.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprensión. <ul style="list-style-type: none"> ○ Textos no jerarquizados. ○ Algunos textos son demasiado extensos. ○ Lenguaje que no es de fácil comprensión, muy técnico. ○ Traducciones en dos idiomas: castellano y valenciano, se echa en falta algún idioma extranjero. ○ Las salas y plantas no están indicadas, señaladas, o diferenciadas. Ni con flechas ni con números, tampoco la pandería numerada entre sí por ningún orden lógico. |
| Audiovisuales: Existen dos espacios, uno en la planta 0 y otro en la dos, 2, donde se proyecta un vídeo, únicamente en español, informa el conserje. |
| Guías profesionales: No |
| Audioguías /Videoguías, maquetas, dioramas, escenografías: Se echa en falta prácticamente de todo. Solamente existe el video, que está únicamente en idioma español. |
| Actividades y materiales didácticos: No |
| 3. Elementos de interpretación indirecta: |
| Itinerarios: No, las zonas, estancias y plantas no están numeradas, ni tampoco la pandería para seguir un orden lógico. |
| Puntos de observación: No |
| Otros |
| Capacidad de carga del museo: no consta. |
| Control de visitantes / encuestas: Se supone que se apuntan los visitantes, y se debe preguntar la procedencia, pero se concede en beneficio de la duda, ya que en el momento de la visita no se preguntó, ni tampoco a ninguno de los asistentes. Este dato es de vital importancia, ya que si la función es obtener una utilidad del mismo, para estimar el número de visitantes y la procedencia, esta recogida de datos debe realizarse con rigor y exactitud. |
| Observaciones en cuanto a accesibilidad. Se ha eliminado el apartado de accesibilidad, por no tener ningún elemento a destacar, simplemente la rampa a la entrada del museo. |
| Comentarios |
| <p>Positivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrada gratuita al museo. • A la llegada te atienden y te explican las exposiciones y se ofrece el vídeo explicativo. • Se destaca que existe un vídeo que se ofrece por parte del conserje, el cual reproduce y explica con claridad los dos yacimientos. |

- Gran amplitud horaria, en verano e invierno.
- Existe una ruta a seguir a pie por el casco antiguo que incluye todos los recursos arqueológicos, patrimoniales o de interés.

Negativos:

- El museo no se encuentra fácilmente accesible por coche, la zona es peatonal o semipeatonal.
- El itinerario dentro del museo no está bien indicado y numerado, con un orden lógico, planos y/o paneles, no existen.
- En cuanto a la panelería y exposición, carente de señalizaciones, tanto de itinerarios como de qué hay en cada planta.
- Material informativo (inexistente).
- No existe ningún recurso de interpretación interactivo, ni códigos QR.
- No es accesible a personas con minusvalías, solamente la entrada principal.
- Zona de estacionamiento regulado y dificultad para aparcar cerca.

Elaboración propia

Las principales conclusiones que se pueden obtener del Museo de Historia y el Yacimiento:

| YACIMIENTO | MUSEO DE HISTORIA |
|---|---|
| <p>-El yacimiento actualmente no es visitable.</p> <p>-Falta información en cuanto a señalética para encontrarlo e in situ.</p> <p>-Falta algún espacio en el Parque Natural donde encontrar información sobre el mismo.</p> <p>-Declarado BIC, pendiente de incoación del expediente. Necesidad de acelerar el proceso de declaración del mismo, para poder acceder a dinero público y realizar al menos actuaciones incipientes de que allí se encuentra un yacimiento.</p> <p>-Conexión interdepartamental entre los departamentos de Turismo y Cultura para elaborar material informativo del yacimiento/s.</p> | <p>-No existe un discurso histórico lógico que cuente la historia de Calp en el museo: los primeros asentamientos, los diferentes descubrimientos...el museo es una amalgama de los mismos, sin lógica en la cartelería, y sin panelería que indique lo que existen entre plantas.</p> <p>-La panelería en sí tampoco indica de qué época se trata, y en estos casos, no se trata de intuir ante qué nos encontramos.</p> <p>-Se habrá tenido muy buena intención en cuanto a carteles atractivos de panelería se refiere, pero si entre estos no existe ninguna conexión y no se numeran, no hay un orden lógico, queda patente la falta de planificación en el proceso. Existe también una falta de aplicación de los recursos básicos de una buena interpretación, de seguir un hilo, de tener en cuenta a la hora de contar, interpretar la historia. En este museo no se ha tenido en cuenta la aplicación de la “interpretación” a la hora de mostrar los contenidos, elementos históricos y arqueológicos del municipio, ni de lo que se quiere transmitir.</p> <p>-El Museo en sí es exclusivo, debido a que los minusválidos, aunque puedan entrar, existen tres pisos de escaleras, con lo que tampoco podrían acceder a las instalaciones completas. Por tanto, se excluye a este colectivo.</p> |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -Presionar a las administraciones para que se lleve a cabo el convenio de adaptar el Centro de Interpretación del yacimiento arqueológico. -Elaborar un Plan Director cuando se incoe el expediente y delimitar acciones. -Determinar la capacidad de carga del yacimiento y de las zonas que vayan a ser visitables. -Plantear qué se podría hacer en el yacimiento. -Mover a las fuerzas del municipio en cuanto a historiadores, Institut d'Estudis Calpins, que puedan aportar un valor añadido en cuanto a fotografías, material e información de los recursos de Calp. | <ul style="list-style-type: none"> -Traducir al menos a un idioma más la panelería, ya que está solamente traducida al castellano y al valenciano. Teniendo en cuenta que el 60% de los turistas que viene al Calp son extranjeros, debería de traducirse al menos al inglés, igual que el modelo Lucentum, Illeta dels Banyets, Villa Romana de L'Albir y Vilamuseu. -Elaboración de un folleto informativo sobre los Baños de la Reina y la Pobra d'Ifac, para que por lo menos el turista tenga algo en lo que apoyarse, ya que en el único "expositor" que hay en el Museo, solo hay unos libros de consulta, programas de actividades de la Casa de Cultura, un periódico...en fin en un museo de historia (y arqueología), se esperaría encontrar algo de información relativa a sus contenidos. -Organización de la panelería por números y replantearse el itinerario a seguir de los mismos, ya que no presenta ningún orden lógico, y, aunque lo tuviera, no está numerado. -La puesta en escena de los elementos de las colecciones expuestos, dejan mucho que desear, los son textos muy técnicos que no invitan a leer, y no transmiten el discurso histórico. Es más, como no les une ningún orden, se pierde el interés en seguida. |
| COMUNES | |
| <ul style="list-style-type: none"> -Comenzar a delimitar partidas en el consistorio en las que, a través de pequeñas acciones, poco a poco, paso a paso, se empieza a lidiar con la problemática de la puesta en valor de los elementos patrimoniales de Calp, tal y como se lleva haciendo desde hace años en el municipio de La Vila Joiosa. -Establecer personal preparado, cualificado y fijo, al servicio de la custodia e información de los elementos patrimoniales. -Necesidad de transversalidad en los departamentos de Cultura y Turismo. -Convicción no solo de estos departamentos, sino de todos en general, de la urgente necesidad de puesta en valor de los recursos patrimoniales municipales. -Crear un proceso de participación ciudadana, sensibilizando a la población sobre los recursos arqueológicos que tiene el municipio, para que formen parte del proceso en la toma de decisiones en cuanto a los recursos arqueológicos se refiere. Como ejemplo, cabe mencionar el proceso de participación ciudadana que se llevó a cabo en el Vilamuseu en La Vila Joiosa (Alicante). | |

Elaboración propia

Para el yacimiento, empezar a plantarse el averiguar el porqué de la tardanza en todos los trámites administrativos que dan pie a comenzar las acciones de mejora en la conservación y difusión del

patrimonio arqueológico calpino. Presionar a las autoridades competentes y reivindicar la necesidad de adaptación y mejoras para proceder a la correcta difusión y conservación del patrimonio arqueológico local. Es un hecho que lleva demorándose en el tiempo debido a la complicación del marco competencial del yacimiento, pero que debe solventarse en breve, ya que la repercusión sobre la imagen del municipio repercute enormemente cuando un turista se encuentra los recursos de esta forma.

Para el museo, habría que replantearse completamente la orientación, planificación, numeración, ampliación de contenidos en cuanto a idiomas, folletos informativos, elementos interpretativos, interactivos e inclusivos del museo de Historia de Calp. La solución: con pequeñas acciones, tales como añadir un idioma más, editar unos folletos informativos, numerar la pandería y cartelería, instalar un cartel informativo en cada planta, aprovechando las instalaciones que ya se tienen, se podría mejorar notablemente la información que se proporciona en el mismo, y ayudar a transmitir los valores que existen en el patrimonio y elementos arquitectónicos y arqueológicos que se muestran en él.



Detalle del Museo de Historia de Calp. A la izquierda, parte de la exposición dedicada a la Poble d'Ifac, a la derecha, la dedicada a los Baños de la Reina. *Fotos de la autora.*

8.4.2. Potencialidades turísticas

En cuanto a potencialidades turísticas se refiere, el yacimiento y el museo ofrecen múltiples posibilidades, pero las políticas patrimoniales y turísticas deben desarrollarse paralelamente, teniendo en cuenta los principios básicos de la interpretación del patrimonio, para poder ofrecer lo mejor de ambos en óptimas condiciones, y contribuir a la conservación y difusión del mismo. Las potencialidades se pueden resumir en los siguientes apartados:

-En palabras del director del de las excavaciones, Calpe no es solo el producto de sol y playa. Existen dos hitos históricos y culturales de carácter arqueológico: uno es la Poblá d'Ifac, pero también los Baños de la Reina. Se poseen dos recursos de primer orden, clasificados con la figura de Bien de Interés Cultural, y uno de ellos con el expediente recién incoado en el año 2019, y el otro pendiente de expediente. La incoación del expediente de la Poblá d'Ifac conllevaría a poder obtener subvenciones de dinero público para poder invertir en una mejora en cuanto a musealizar, conservar, proteger y difundir el yacimiento.

-Las visitas al Peñón no se pueden vincular al comienzo de las excavaciones en sí, pero sí que determinan la potencialidad que pueden tener para dar a conocer el yacimiento y / o complementar la vista al Peñón. El yacimiento todavía no es un imán en sí o un foco de atracción, pero el entorno en que se encuentra y las posibilidades que tiene son un hecho a tener en cuenta.

-Se podrían plantear experiencias de todo tipo: visitas guiadas, teatralizadas, recreaciones existen múltiples posibilidades una vez adaptado y adecuado para su visita, todo hecho desde una adecuada política de difusión, para ofrecer un turismo cultural diferente.

-Existe una doble vertiente en cuanto a figuras se refiere, y que es transversal, manifestada por la Unidad de Gestión del Parque Natural y el director de las excavaciones. Sería la figura del Parque Cultural, que combinaría la importancia del asentamiento histórico, y englobaría también los grandes valores medioambientales que posee el Parque Natural del Peñón de Ifach. Según Querol y Martínez (1996), existe una divergencia legal entre el patrimonio natural y el cultural, ya que ambos patrimonios se suelen tratar de manera independiente en diferentes ámbitos: administrativos, educativos... lo que no puede ser más que dañino para su conservación y, por supuesto, promoción. Es más, estos autores hacen especial mención en su investigación a las zonas arqueológicas como las principales afectadas por esta dicotomía entre los dos tipos de patrimonio. No obstante, en la declaración de Parques Naturales, en la propia definición, se establece que todo elemento, incluidos entre ellos el patrimonio arqueológico y arquitectónico, deben protegerse si existe una amenaza de contaminación o deterioro por causas ambientales (Querol y Martínez, 1996). Por tanto, para ir en la dirección correcta es necesario tratar ambos patrimonios de manera integral y transversal, los dos conceptos han de ir de la mano. La potencialidad que emerge del concepto de Parque Cultural, merecería otro apartado en cuanto a contenidos y posibilidades mucho mayor que la presente investigación, debido a todo lo que puede englobar.

- Al hilo del párrafo anterior, el Parque Natural del Peñón de Ifach presenta dos elementos únicos en él: la senda cultural y senda ambiental, es decir, el yacimiento arqueológico, de vertiente patrimonial y cultural, y la senda ecológica, que alberga una multitud de especies ambientales de gran valor ecológico. La combinación de estos dos elementos puede dar como resultado un producto único en cuando a autenticidad, singularidad y particularidad del entorno se refiere.

-Según la entrevista mantenida con Bernia Sanz, la Poble d'Ifac posee un potencial impresionante, ya que, tal y como se llevan excavando los sectores del yacimiento a lo largo de estos últimos años, puede llegar a convertirse en un parque arqueológico, debido a sus grandes dimensiones. Posee además características in situ, como el futuro Centro de Interpretación, y actualmente, con lo que hay, donde se podrían plantear más visitas guiadas, ya que es posible apreciar los restos sin pasar por encima de ellos con una visita guiada. La entrevistada afirma, sin saber los resultados que se obtuvieron después en la encuesta realizada para la presente investigación, que el 80% de turistas que realiza la visita con ella al Peñón de Ifach, no conocen la Poble. Sin embargo, estos tienen una respuesta muy positiva cuando se les explica en la subida al Peñón los restos arqueológicos, y, sobre todo, el morbo que genera que se construyese y después demoliese el hotel encima del yacimiento, donde aún se pueden apreciar los cimientos, y el lugar donde se encuentra la iglesia es un vertedero clausurado donde se esparcieron los restos del hotel demolido.

-Según la entrevista mantenida con José Francisco Perles Ribes, la Poble d'Ifac es un atractivo que está ahí, forma parte del elenco de recursos patrimoniales del municipio, pero al estar sometido a excavación e investigación, queda mucho camino por recorrer, no solo con este yacimiento, sino con los recursos patrimoniales en general, para que estos puedan juntos formar un eje que actúe como articulador de elementos patrimoniales y los dote de coherencia. Este recurso no alcanza todo el potencial que pudiera llegar a tener para ayudar a diversificar o complementar el turismo de sol y playa, debido a la situación actual, pero podría convertirse en él si estuviera adaptado.

-Existe un potencial también que sería interesante, como conectar los elementos patrimoniales, como una ruta cultural, arqueológica y marinera, vinculando con las raíces marineras que posee el municipio. Sin duda, este sería un recurso que dotaría de autenticidad la oferta del municipio, y ayudaría a diversificarla.

-Como opciones y posibilidades a ofrecer, y como ya se ha mencionado, son muy extensas, desde la gamificación, a través de cómo era la vida en la Poble, qué se comía, cómo vestían, cómo era Calp en esa época, cómo se veía la Poble, y que estos recursos no fueran solo informativos, si no

interpretativos y didácticos, con la participación activa de los turistas y habitantes, siguiendo, por ejemplo, el modelo de Vilamuseu.

-Está claro que los museos pueden ser un gran elemento de interpretación de los recursos patrimoniales, y el complemento perfecto para un yacimiento arqueológico, sobre todo si este no puede visitarse. En el caso de la Poble d'Ifac, primero que todo, debería de solventarse al menos la problemática en cuanto a instalar los elementos básicos de señalética in situ, para luego ampliar la información al visitante en el Museo de Historia de Calp. Para ello, este Museo deja mucho que desear al respecto. Sobre todo, si se compara con el Vilamuseu. Claro está que no se puede comparar ningún museo de la región al Vilamuseu, ya que este está en unos niveles de inversión, adaptabilidad, accesibilidad y contenidos que difícilmente pueden ser alcanzados si no es con una fuerte inversión y a base de constancia, de ir poniendo en valor paso a paso los recursos patrimoniales de un lugar. Existen pocas experiencias en la zona como el Vilamuseu, pero quizás, hasta que el Centro de Interpretación esté adecuado para su visita y se ejecute el contenido museográfico de mismo, deberían de tenerse en cuenta aspectos tan básicos en el Museo de Historia de Calp tales como los que se han mencionado anteriormente en cuanto a mejoras en base a lo que realmente el museo dispone actualmente (numeración pautería, traducción a idiomas, elaboración material informativo, adaptación a diferentes públicos, señalización dentro del museo...), etc.

Es aquí donde entran en juego las palabras de Georges Henry Rivière, precursor de la Nueva Museología (apud Rico, 2014), al hilo de todo lo mencionado anteriormente. Existen tres valores básicos de los que debe disponer un museo:

- No es tan importante la cantidad de elementos expuestos, si no seleccionar aquellos que tengan una representatividad
- El museo no debe ser un espacio cerrado, sino un lugar de encuentro social donde se establezca una conexión entre público y patrimonio, de manera inclusiva y participativa.
- Mediante las técnicas de interpretación del patrimonio, acercar e involucrar a los visitantes a los valores del patrimonio.

8.5.- Percepción de la demanda

Para el presente capítulo, se ha elaborado una encuesta, realizada en la Oficina de Turismo de Calp, a 100 visitantes que se encontraban en el municipio disfrutando de sus vacaciones, durante el mes de agosto y en la que se intentaba medir el grado de conocimiento en cuanto a los recursos culturales del municipio, su valoración, y en particular, de la Poble d'Ifac. También otros datos como el grado de

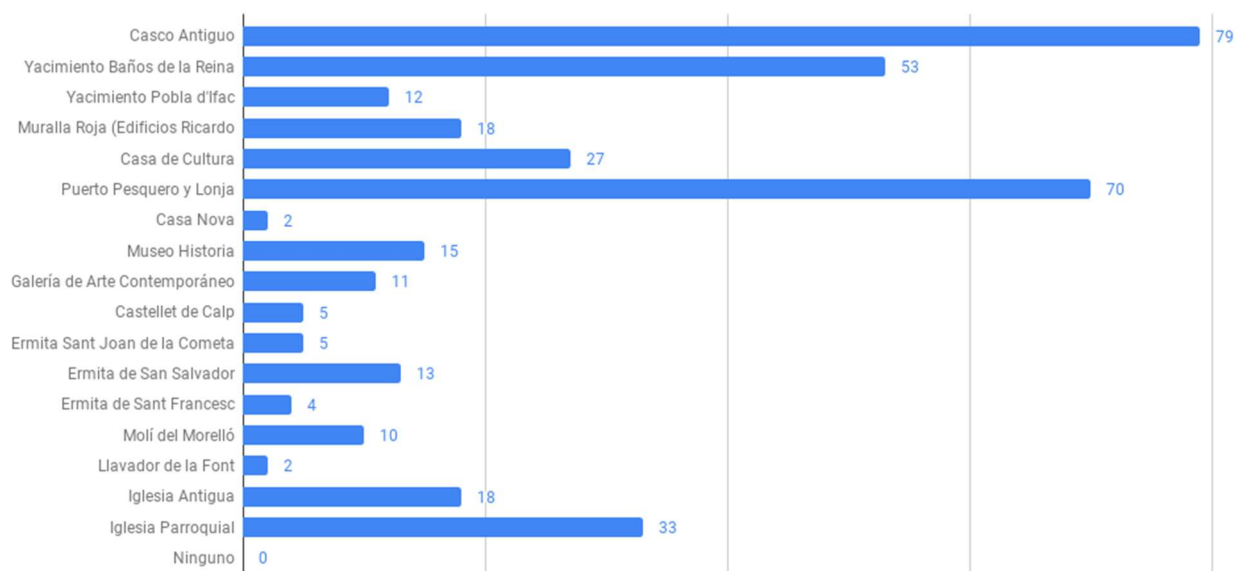
satisfacción del municipio en general. Esta encuesta es una primera aproximación al conocimiento de la Población por parte de la demanda que podría ampliarse en el futuro para ganar en representatividad. En este trabajo se realiza una explotación descriptiva de los datos obtenidos con una finalidad exploratoria.

Los principales datos obtenidos de mencionada encuesta son los siguientes:

El 68,4% de los encuestados no es la primera vez que venía a Calp, frente al 31,6%, que sí era la primera vez. En cuanto a los atractivos culturales que han visitado o pensaban visitar, las respuestas fueron muy variadas:

Figura nº22. Recursos culturales visitados o con intención de visitar

Recursos culturales que ha visitado o piensa visitar

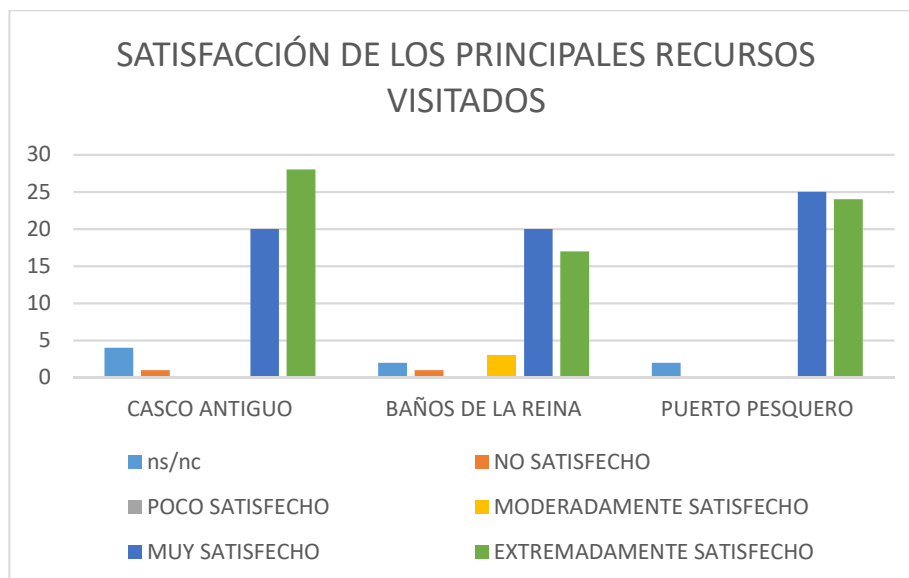


Elaboración propia

En la figura nº 22, los números que aparecen a la derecha, son el número de respuestas totales que consiguió el recurso en la encuesta. Como se puede observar en el gráfico, de los elementos culturales, el más visitado o con intención de visitar fue el Casco Antiguo de Calp, con 79 respuestas, seguido de Puerto Pesquero y Lonja, con 70, Yacimiento Baños de la Reina (53), Iglesia Parroquial (33), Casa de Cultura (27), Iglesia Antigua (18), Edificios de Ricardo Bofill (18), seguidos de Museo de Historia (15), Ermita de San Salvador (13), Yacimiento Poblá d'Ifac (12), Galería de Arte Contemporáneo (11), Molí del Morelló (10), teniendo el resto muy pocas respuestas (Castellet de Calp, Casanova, Ermita de San Joan de la Cometa, Ermita de San Francesc i LLavador de la Font). Esto hace pensar que quizás la estrategia de promoción de recursos patrimoniales de Calp deba centrarse en determinados recursos, o establecer tipologías de los mismos, para articularlos de manera correcta.

Se pueden obtener dos conclusiones de este gráfico; por un lado, la gran cantidad de recursos patrimoniales que posee Calp, y que entre los más populares se encuentra el Casco Antiguo, el Puerto Pesquero y los Baños de la Reina. Por el otro, la gran dispersión por todo el municipio de estos recursos patrimoniales, la falta de articulación y conexión entre todos ellos, y la deficiencia de una estrategia común que los una, que provoca que mucha gente desconozca su existencia, y en el momento de hacer la encuesta, preguntaran “qué era ese recurso”, o “dónde estaba ubicado”. Debido al gran número de recursos patrimoniales de que dispone Calp, se han seleccionado los tres más valorados, para analizar su satisfacción (Casco Antiguo, Puerto Pesquero y Baños de la Reina).

Figura n°23 Grado de satisfacción de los principales atractivos culturales visitados



Elaboración propia

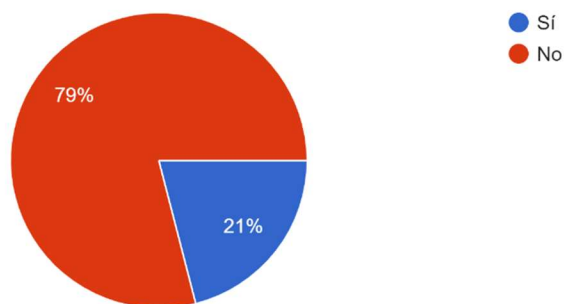
La conclusión que se puede obtener de este gráfico es que en Calp el perfil de turista es un tipo de turista superficial, poco exigente, que no profundiza en la visita los recursos patrimoniales, porque no los conoce. Es un turista que pasea, y en estos paseos visita el Casco Antiguo y el Puerto Pesquero, y los Baños de la Reina. Esto puede deberse a diferentes causas, ya sea por la enorme difusión de las redes sociales en cuanto a los Baños de la Reina, y por haber sido mencionada en muchos artículos como “piscinas naturales”, o simplemente porque el turista se lo encuentra paseando por el Casco antiguo, bajando por la avenida principal, que conecta con el Paseo Marítimo, los Baños de la Reina, y finaliza en el Puerto Pesquero.

En cuanto al conocimiento sobre la Población d’Ifac que tienen los encuestados, las respuestas quedaron de la siguiente manera:

Figura nº24. Grado de conocimiento de la Población entre los turistas

¿Conoce el yacimiento arqueológico de la Población d'Ifac?

100 respuestas



Elaboración propia

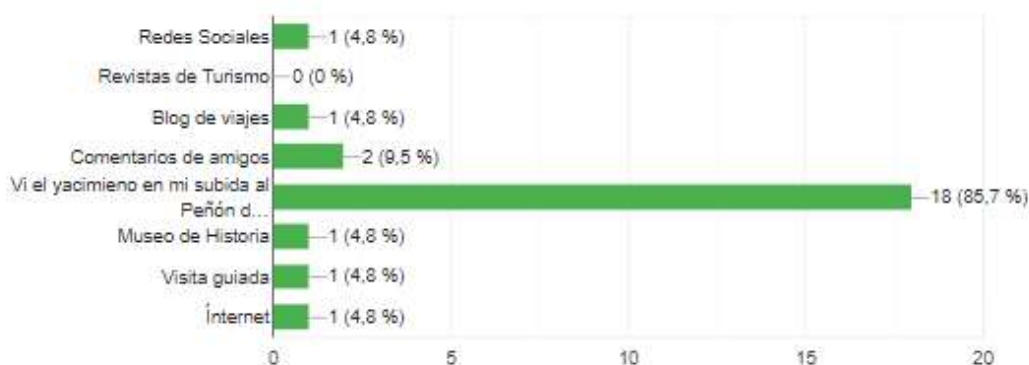
El 80% de los encuestados no conoce el yacimiento de la Población d'Ifac. Esto pone de manifiesto la escasa repercusión que tiene el yacimiento en cuanto a conocimiento por parte del turista se refiere, con una demanda fiel que visita el Peñón de Ifach la mayoría de las veces que visita Calp, pero que desconoce su existencia, aun pasando por delante del yacimiento más de una vez. Es más, entre los propios habitantes de Calp, es un recurso llamativamente desconocido.

De los 21 encuestados que respondieron que sí la conocían, la fuente de información donde obtuvieron los datos de la Población d'Ifac fueron las siguientes:

Figura nº25. Fuente de Obtención de la Información Población d'Ifac

¿Dónde ha obtenido la información?

21 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, la mayoría de respuestas la obtiene “Vi el yacimiento en mi subida al Peñón”, seguido de comentarios de amigos. Se podían marcar varias respuestas, en las que en tres de

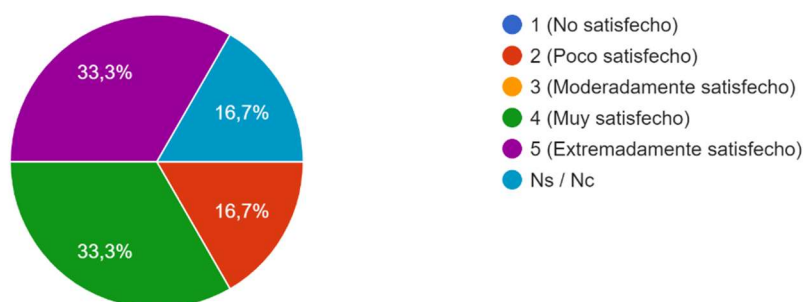
ellas, añadieron que habían obtenido la información a través de una visita guiada, a través del Museo de Historia de Calp e Internet. Como se puede apreciar, es todavía un recurso bastante desconocido entre turistas.

La siguiente pregunta fue el grado de satisfacción en caso de que la hubieran visitado:

Figura nº 26 Grado de satisfacción de la visita a la Poble d'Ifac

Si ha visitado la Poble, ¿Cuál es su grado de satisfacción?

6 respuestas



Elaboración propia

En cuanto al grado de satisfacción de la Poble d'Ifac en caso de haberla visitado, 2 respuestas fueron extremadamente satisfecho, 2 muy satisfecho, 1 poco satisfecho, y un no sabe no contesta. También se consideró añadir un apartado de aspectos positivos o negativos a destacar de la Poble d'Ifac, y hubo 4 respuestas negativas, que fueron:

Figura nº 27 ¿Qué destacaría negativamente de su visita a la Poble?

¿Qué destacaría negativamente de su visita a la Poble? 4 respuestas

Cerrado no visitable

Que se pudiera visitar

Que se pudiera organizar una visita más explícita del lugar o cartelaría

Que fuera visitable

Elaboración propia

Aunque no hubo muchas respuestas, se coincide en que destacan negativamente que el yacimiento esté cerrado al público, y la necesidad de que este se pudiera visitar.

En cuanto a los datos sociodemográficos de los encuestados, a los que se mencionará con una breve pincelada en líneas generales, ya que ya se hizo en apartados anteriores un análisis pormenorizado de la demanda del municipio de Calp. No obstante, y para que quede constancia de los datos, se mencionarán brevemente. De los encuestados, el 70% fueron mujeres, y el 30% hombres, que estaban

disfrutando en familia (70%), o en pareja (27%), sus vacaciones. Se alojaban el 37,1% en una vivienda en propiedad, el 29,9% en una vivienda alquilada, el 16,5% en hotel, el 7,2% en camping, el 5,2% en casa de amigos o familiares, el 2,1% en un hostel, y el otro 2,1% en albergue. El 68,4% ya había estado en Calp alguna vez, y el 31,6% era la primera vez que pasaba sus vacaciones en el municipio. La estancia en el municipio variaba desde 1 noche hasta 180, hecho que manifiesta los propietarios de viviendas, que vienen a pasar de 1 a 3 meses. No obstante, las respuestas más marcadas fueron 7 noches (el 19,6%). En cuanto al motivo de la visita (se podían marcar varios), del total de las respuestas, el principal fue la playa (84,5%), seguido de descanso (59,8%), clima (38,1%) ocio (36,1%), visitas culturales (21,6%), naturaleza (20,6%), vivienda en propiedad (19,6%). El resto quedan repartidas entre actividades deportivas / senderismo, gastronomía, fiestas, compras y turismo de salud. En cuanto al nivel de estudios, el 55% tenían estudios universitarios, el 35,7% secundarios, el 8,2% primarios, y el 1% sin estudios. En cuanto a la procedencia, el 86% fueron españoles. De ellos, el 50% eran madrileños, el 20% de la Comunidad Valenciana, y el 10% del País Vasco, el resto quedan repartidos entre otras Comunidades Autónomas (C. León, C. La Mancha, Aragón, Murcia...). En cuanto a los extranjeros, procedieron de Reino Unido, Francia, Alemania, Holanda, Irlanda, Italia, Argentina, Rusia y Bélgica.

Figura nº28 Motivo de la visita



Elaboración propia

8.6.- Valoración del yacimiento desde la perspectiva de la gestión

Según José Luís Menéndez Fueyo, director del yacimiento arqueológico de la Pobla d'Ifac, existen dos elementos fundamentales de carácter histórico, cultural arqueológico en el municipio, que son el yacimiento de los Baños de la Reina y La Pobla d'Ifac. Son dos yacimientos de referencia con un gran renombre, y carentes en cuanto a valorización, conservación y difusión se refiere. Como se ha comentado en otras ocasiones, no en todos los lugares se poseen dos yacimientos arqueológicos tan bien conservados, por tanto, debería de ser tarea obligada de las administraciones tomar medidas y acciones para poner en marcha los engranajes necesarios para establecer los Planes Directores de los mismos y proceder a su conservación y valorización.

En general, pese a las limitadas actividades planteadas para conocer la Pobla, la gente queda muy satisfecha, y de las personas que les preguntan mientras están excavando, se interesan, se preocupan y quieren saber qué están excavando.

El marco competencial del yacimiento dificulta la toma de decisiones, y que estas se pongan en marcha, como se ha mencionado:

- Por un lado, en cuanto a la adaptación del centro de visitantes como exposición y museo del yacimiento.
- Por otro, la incoación del expediente de BIC, lo cual promovería que se recibieran subvenciones económicas que ayudarían a la adaptación del yacimiento en cuanto a conservación y difusión del mismo se refiere.
- Por otro, el hecho de que la Consellería sea la propietaria del Parque Natural, y que el yacimiento se ubique en el Parque Natural, dificulta la toma de decisiones, ya que el MARQ no es el propietario, como ocurre con Illeta dels Banyets y Lucentum. En este yacimiento no pueden intervenir directamente, solo colaborar, en cuanto a la vinculación con el MARQ u otros yacimientos se refiere. El MARQ solo puede contribuir en este caso a facilitar el conocimiento del patrimonio (a través de las excavaciones) y facilitar los contenidos museográficos (como se ha hecho en el Museo de Historia de Calp).

Las mejoras que se han conseguido desde que se están llevando a cabo las excavaciones, son, sobre todo, el Plan de Conservación Preventiva, que permite que todos los elementos encontrados tengan un lugar donde almacenarse, así como actuaciones para la conservación y restauración. La falta de conexión entre los diferentes departamentos del Ayuntamiento que podrían poner en valor su promoción o difusión, son un bache en el camino que ha de superarse, incluso debería de contarse no con el departamento de Medio Ambiente, ya que también podría tener toma de decisiones en el Parque Natural del Peñón de Ifach.

En la entrevista mantenida con José Francisco Perles Ribes, Agente de Desarrollo Local de Calp, Responsable de Contratación del Departamento de Turismo, y Jefe de Área de Promoción Económica del Ayuntamiento de Calp, también se extrajeron datos reveladores de las dificultades que plantea este yacimiento. En cuanto a las relaciones que pueda tener el Ayuntamiento de Calp con la Junta Rectora del Parque Natural, se manifiesta que el departamento de Turismo siempre ha tenido la predisposición a financiar proyectos que tengan que ver con la promoción de los recursos, pero también de su puesta en valor. Desde turismo no existe una política ni promoción activa de estos recursos culturales y arquitectónicos (refiriéndose a la Población d'Ifac y a los Baños de la Reina) debido a que se entiende desde el propio departamento, que hasta que no estén resueltas las cuestiones administrativas de ambos, no se puede llevar a cabo ningún tipo de acción ni promoción, a excepción de hacer mención de los mismos en la web de turismo de Calp, para que la gente sepa de la existencia de los mismos, así como estar señalizados en el mapa turístico de Calp, e informar a los turistas, en caso de que se pregunte.

Desde la Comisión Rectora del Parque Natural, no se tiene conexión con el Departamento de Turismo, es por ello que se hace complicado plantear ningún proyecto o financiación, pese al interés manifestado en diferentes ocasiones para no solo promocionar estos recursos, si no valorizarlos también. Se planteó un proyecto de oficina de turismo, y desde el parque se informó sobre el mencionado convenio para habilitar el Centro de Interpretación, pero a día de hoy no se tiene constancia de que se haya firmado ese convenio. En definitiva, se presenta complicado desde el departamento aportar nada si no se tiene presencia en la toma de decisiones, ni se está al tanto de las novedades administrativas. Se plantea que quizás podría cobrarse una “ecotasa”, por la que los turistas estarían probablemente dispuestos a pagar, como se hace en muchos sitios, y que redundase esta en mantener y mejorar las instalaciones del parque y del yacimiento. Finalmente, los turistas no entienden de marcos competenciales, ni de quien es la titularidad de los terrenos y los yacimientos, y también eso pasa con los habitantes. Lo que la gente ve es la imagen negativa y sensación de abandono que dan los recursos cuando uno pasa andando por su lado, o pretende visitarlos y se encuentra con la situación actual.

Para finalizar, se manifiesta también la necesidad de mantener una relación más estrecha entre los departamentos de Cultura y Turismo, para que se viera reflejada una coordinación entre ambos, y colaborar en una misma dirección. No sería tan difícil plantear una serie de proyectos que englobasen señalética, mejoras en los museos, actividades para acercar no solamente a los turistas, sino también a los habitantes de Calp a su pasado y su historia. Como afirma Bernia Sanz Kite, a parte de los trámites administrativos que dificultan la consecución, de acuerdos, es necesaria la mencionada coordinación y cooperación activa entre los diferentes departamentos.

9.- Bases para un Plan de Interpretación de la Población d'Ifac para su valoración turística

La interpretación es la herramienta que se utiliza para transmitir algo (un lugar, un objeto...) así como lo que se quiera contar de ese sitio en cuestión, que se crea que es de interés. Es una herramienta que debe de ser planificada a la par con sensibilidad y creatividad, ya que ésta va a ayudar a los visitantes a apreciar y valorar lo que se interpreta, debido a ese valor especial (Carter, 2001). Es muy importante involucrar a la gente local en el proceso de toma de decisiones de un proyecto como éste. El legado patrimonial se debe conservar, y si este se conserva, es porque se considera que es importante, y a través de la herramienta de la interpretación, los visitantes perciben esa importancia, y si perciben esa importancia, lo aprecian, y si lo aprecian, el recurso es más susceptible de ser conservado, protegido y visitado, contribuyendo de ese modo a enriquecer la oferta turística local (Carter, 2001).

La interpretación debe provocar, relatar y revelar. A través de estas posibles bases para un plan de interpretación, se pretende plasmar aquello que se considera que los visitantes deben conocer, aprender, saber, apreciar, descubrir, disfrutar e interactuar con el recurso, en este caso, el yacimiento arqueológico de la Población d'Ifac. La propuesta siguiente se basa fundamentalmente en la metodología de planificación planteada en el libro “A Sense of Place” de James Carter (2001). A continuación, se presentan las bases y propuestas elaboradas, con una serie de factibles actuaciones que se podrían llevar a cabo en el lugar estudiado:

¿Por qué se hace esto? ¿Con qué fin se elaboran las bases de un posible plan de interpretación para la Población Medieval d'Ifac?

- Proteger y conservar el yacimiento arqueológico.
- Para que se contribuya a su difusión.
- Puesta en valor.
- Para que se conozca el yacimiento entre turistas y locales.
- Para mantener y preservar las costumbres e identidad de los habitantes de la Calp.
- Porque no existen poblaciones de conquista que no estén excavadas ni tan bien conservadas a día de hoy, ya que estas tienen a las actuales ciudades que conocemos encima de ellas.
- Ofrecer un producto arqueológico de calidad y alternativo.
- Diversificación y complementariedad de la oferta turística local.

¿Qué se va a interpretar? ¿Qué historia tiene que contar Ifach?

- Cómo era la vida en la época de la Población.
- Como era visualmente la Población d'Ifac.

- Los personajes: Roger de Llúria, Margarita de Llúria y Saurina de Entença.
- Ataques piratas sufridos.
- ¿Por qué se abandonó la Pobla?
- ¿Cómo vivían, qué vestían, qué comían?
- ¿De dónde obtenían los recursos?
- ¿De dónde obtenían la comida?
- ¿Cómo era su día a día?
- ¿Porque fue tan corto el periodo de supervivencia de la Pobla?

¿Cómo se va a hacer? Elementos de interpretación e información

**No hay que olvidar que mucha gente que visite este centro, si finalmente se ubicase en el Peñón de Ifach, la mayoría de ellos llegaría a él sin saber que se encuentra el yacimiento, por tanto, debe haber panelería a la entrada del Parque, y en algún punto del municipio, que señale o ubique que se encuentra ahí.*

-Señalética: panelería y cartelería.

- Sería conveniente a la entrada del Peñón de Ifach, que indique dónde está, y sobre los sectores excavados. La cartelería debe ser atractiva, en idiomas, con reproducción visual de las dependencias y estancias, mapa de donde nos encontramos, los sectores a interpretar, y numerados por orden lógico. Braille y adaptado a minusválidos.
- Señalización de dónde ampliar la información del yacimiento (Centro de Interpretación o Museo de Historia).

-Difusión del yacimiento. Quizás sería conveniente plantear una marca o lema para identificar este proyecto, y que este fuera más fácil de conocer para los visitantes, y que resultase atractivo para los mismos. Esta podría ser, por ejemplo **“Destino: Ifach Medieval”, “Experiencia Medieval Ifach”** o **“Descubre Ifach Medieval”**.

-Centro de Interpretación / adaptación Museo de Historia de Calp (necesidad de adaptar a personas con minusvalías, entre otros aspectos).

Por temáticas. Para todas ellas si es posible:

| ELEMENTOS QUE FACILITEN LA COMPRENSIÓN E INCLUSIVOS |
|---|
| -Dividir en varios paneles si es necesario, y numerar, seguir orden lógico y respetar el discurso |
| -En idiomas la descripción (castellano, valenciano, inglés, francés y alemán) |
| -Códigos QR o aplicaciones para el móvil de realidad aumentada para la panelería exterior |
| -Lectura fácil para niños / Gamificación |
| -Braille |
| -Adaptación personas con discapacidad |

Elaboración propia

1. Estructura de la Pobla d'Ifac. Exposición diferentes edificios a través de:

- Maqueta reproducción 3D de la Pobla d'Ifac y del capitel gótico descubierto en el año 2016, entre otros elementos de interés.
- Panelería atractiva de los sectores descubiertos y excavados, con reproducciones virtuales a color, explicando la función que tenía cada uno de ellos, las diferentes dependencias, materiales utilizados en la construcción de las viviendas, y cómo los obtenían.
- Introducir elementos de audiovisuales o audioguías, tener igualmente en cuenta los idiomas para los mismos.

**No olvidar incluir fotos / vídeo del hotel que fue a construirse encima, y que después se demolió*

2. Exposición de qué se alimentaban: a través de panelería, y de cómo lo obtenían, y cómo lo comían

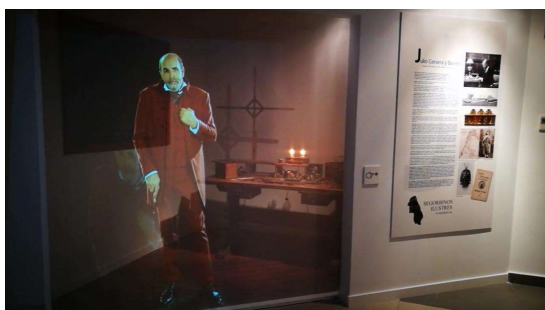
- Panelería atractiva con fotografías / reproducciones virtuales.
- Posibilidad de elementos que se puedan oler sobre los alimentos que utilizaban.
- Si existen restos de utensilios, exponer reproducciones y que se puedan tocar para personas con minusvalías, por ejemplo.
- Si son difíciles de comprender, equiparar con objetos en la actualidad, como se ha hecho en Vilamuseu.
- Para interpretar esta temática, se puede hacer una visita y / o jornada, que ofrezca un “Menú medieval”, a través de lo que se sabe que comían.

3. Incorporación de la tecnología a la interpretación

- **Gamificación:** sería interesante incorporar, siguiendo el modelo de la nueva app lanzada por el ayuntamiento, por el Departamento de Turismo “El sombrero perdido”, incorporando a los personajes históricos de la Poblá, planteando una gymkhana, o averiguando características del yacimiento, encontrando en el museo o centro de interpretación determinados elementos, o bien arquitectónicos, o de utensilios, averiguando datos curiosos, etc. En definitiva, captar la atención y transmitir conocimientos de manera didáctica e interactiva.
- **Realidad aumentada:** utilizando los dispositivos móviles de los visitantes, ver, desde donde se observan los yacimientos, cómo eran en realidad.
- **Códigos QR:** Para aumentar la información de la panelería, evitar gasto en material, obtener la información de manera más práctica para los visitantes.

Todos estos modos de interpretación, están orientados tanto a turistas, como a residentes, o escolares, por ejemplo, como medida de concienciación.

4. **Exposición vestimentas:** reproducción. Quizás una simulación de ropa como en Vilamuseu, de probarse la ropa. Se puede poner un vídeo explicativo o simplemente un cartel sobre los pasos de cómo vestirse.
5. **Personajes ilustres de la Poblá:** En un espacio como el Museo In Memoriam de Segorbe, se podría representar a los personajes principales de la Poblá o del entorno de la época para que explicasen su vida, aquello más representativo de la misma, de una manera visual e interactiva.



En este museo se proyecta una imagen de cada personaje ilustre, de un modo didáctico e interactivo. *Foto de la autora.*

6. **Zona para exposiciones transitorias o novedades:** Un lugar donde los hallazgos y novedades de las excavaciones tuvieran un espacio para ellas. Pudiendo estar actualizados y al día de los nuevos hallazgos tanto habitantes como turistas.
7. **Musealización al aire libre:** Cabría contemplar una musealización cuando terminasen las excavaciones, siguiendo el modelo de la Villa Romana de l'Albir, por ejemplo, y por supuesto, adaptada a las características del yacimiento.



Musealización existente en el Museo al Aire Libre Villa Romana de l'Albir. *Foto de la autora.*

8. **Festival de recreación histórica.** Que muestre y englobe todos los puntos anteriores. Visita teatralizada de los personajes que habitaban en la Pobleja, visita a las diferentes zonas excavadas, a sus dependencias, comida menú medieval con ellos.



En Riba-Roja de Turia, se hacen visitas teatralizadas al yacimiento visigodo Pla de Nadal, con un menú visigodo incluido en la visita. *Fotos de la autora.*

9. **Visitas teatralizadas guiadas y teatralizadas.** Una manera muy representativa y didáctica que se aplica en otros yacimientos, y que tiene mucho éxito por la capacidad de conexión e integración con los espectadores y a su vez la fácil comprensión para niños.

10. Actividades semanales o mensuales que fomenten la asistencia, la difusión y los conocimientos recogido en el museo: jornada de puertas abiertas para que los habitantes lo conozcan, con actividades, visitas guiadas, teatralizadas, retomar la actividad de ser arqueólogo por un día, talleres, juegos, etc.

11. Parque Cultural. El Peñón de Ifach es un escenario en el que la afluencia que recibe, puede ser complementada con una visita cultural y arqueológica, y también natural. Es un parque natural, con grandes valores ecológicos, en cuando a flora y fauna se refiere, y alberga también este yacimiento arqueológico. Se podría plantear, para tratar de manera integral y transversal, un Parque Cultural. Los Parques Culturales son un claro ejemplo de integración de diferentes elementos patrimoniales (en este caso cultural, arqueológico ecológico, ambiental y paisajístico). La consolidación de este potente recurso: una senda cultural y senda ambiental, dos elementos únicos en un enclave como lo es el Parque Natural del Peñón de Ifach, aglutinarían y combinarían un recurso único, auténtico, y singular.

¿A quién va dirigido?

- Turistas
- Excursionistas
- Familias
- Grupos escolares
- Asociaciones
- Personas con minusvalías

¿Quién va a encargarse?

- Necesidad de coordinación entre la Generalitat Valenciana, Conselleria, MARQ, Ayuntamiento de Calp, departamentos de Turismo, Cultura y Medio Ambiente.
- Se necesita personal fijo y preparado para ofrecer un buen servicio y estar formado en todas las posibilidades que ofrece el yacimiento, el museo, sus exposiciones y actividades.
- Sería conveniente como requisito que se hablase algún idioma extranjero.
- Necesidad de establecer un precio, y hacer como otros museos, aplicar reducciones, un día de puertas abiertas, etc.

Monitorización y Evaluación

Una vez realizado, siempre hay que monitorizar, verificar si funciona lo que se ha planteado, si se han conseguido los objetivos, etc. Esto solo puede realizarse por el personal asignado para el seguimiento de estos procesos, a través de un índice de indicadores en el que pueda comprobarse. Estos deben ser tanto de conservación como de satisfacción de la demanda. Como ejemplo, en el Vilamuseu y en los yacimientos arqueológicos de Lucentum y la Illeta dels Banyets, están disponibles unos cuestionarios, que los visitantes puede rellenar, con aspectos de cómo se ha obtenido la información del museo / yacimiento, si se recomendaría, aspectos a mejorar, trato del personal, etc. La recopilación de esta información nos revelará si el trabajo que se ha hecho está bien y va por buen camino, así como aspectos que quizás cabe mejorar.

10.-CONCLUSIONES

De la presente investigación se pueden obtener diversas conclusiones, que se pueden agrupar en las siguientes:

-Si nos remontamos atrás en el tiempo, recordemos que en el año 1987 se demolió la estructura de un hotel que estaba construido encima de los restos arqueológicos de la Pobla d'Ifac, en concreto, encima de la Iglesia de Nuestra Señora de los Ángeles. Debemos pensar que, si la obra se hubiera llevado a cabo, el yacimiento probablemente hubiera desaparecido por completo. Por tanto, debemos valorar aún más los recursos de que disponemos, garantizar su preservación y aprovechar su potencialidad para el desarrollo turístico local.

-Como ya hemos comentado con anterioridad, el yacimiento de la Pobla d'Ifac es un yacimiento único, ya que es la única Pobla de conquista que no ha sufrido ninguna excavación, ni tampoco ha sido transformada con anterioridad, lo que hace de ella ser unos restos arqueológicos excepcionales en toda la Comunidad Valenciana.

-El escenario en el que se ubica el yacimiento, que es el emblemático Parque Natural del Peñón de Ifach, es otra de las razones que corrobora las potencialidades turísticas que esconde, ya que es el de menor tamaño de la Comunidad Valenciana, pero a su vez, el más visitado. Éste Parque Natural también ha sido nombrado “Maravilla de la Comunidad Valenciana” en la categoría de monumento natural.

-Todo esto da que pensar que el enclave donde se ubica el yacimiento, es un increíble escenario donde poder poner en valor todas las potencialidades del mismo, aprovechando todo lo mencionado anteriormente, y conseguir completar la visita con un patrimonio arqueológico de primer orden, siguiendo los pasos de las posibles bases de un Plan de Interpretación para el mismo.

-El patrimonio, sea del tipo que sea, se ha visto, mediante el trabajo realizado, que es una demanda creciente en el turismo de Calp, en los últimos años, por ello debe de ser tenido muy en cuenta en las políticas turísticas, así como pensar en disponer un atractivo programa de actividades culturales, adecuar los recursos patrimoniales para estar preparados para poder ofrecerlos en condiciones óptimas a los visitantes.

-Al hilo de la anterior conclusión, merece una especial mención el papel complementario que representan los atractivos culturales en un destino de sol y playa, como lo es Calp. Es por ello, que se debe tener en cuenta y aprovechar el patrimonio para poder llegar a ofrecer experiencias de calidad. Esto solo se puede conseguir con una conveniente preservación e interpretación del mismo, ya que, si no, los esfuerzos pueden ser en infructuosos.

-Incorporar la interpretación del patrimonio en los elementos patrimoniales del municipio, sobre todo, en el Museo de Historia de Calp. Es conveniente adaptar otras experiencias y buenas prácticas en otros municipios turísticos, para visualizar cómo abordar esta problemática, tal y como se ha hecho para los yacimientos arqueológicos en la presente investigación. Todo ello ayudaría a dotar al discurso e historia del municipio de lógica y a su vez conectar todos sus recursos patrimoniales.

-A su vez, proceder a la adaptación de los recursos a diferentes colectivos, para no excluir a ninguno de ellos (accesibilidad, idiomas...), en especial a la población local. En cuanto a las nuevas incorporaciones de elementos de interpretación, sean del tipo que sean, deben de ser también inclusivos.

-Para una adecuada puesta en valor de los recursos patrimoniales municipales, es necesario elaborar una estrategia sobre los mismos. Es decir, la agrupación o articulación de los diferentes recursos por categorías o tipologías, y que las mismas ayuden a cohesionar el gran elenco de recursos de que dispone el municipio, para poder realizar una adecuación y puesta a punto de los mismos para que, por un lado, a través de esta estrategia, estos recursos se pongan en valor y se haga un uso y disfrute turístico de los mismos y, por otro lado, a través de ella los mismos se valoricen, y esto contribuya a su conservación.

-Dedicar en invertir parte del presupuesto municipal en la mejora y adecuación de los recursos patrimoniales municipales. Las posibilidades que presentan los recursos patrimoniales de Calp para ofrecer una oferta sólida en cuanto a patrimonio se refiere, son evidentes, dada la cantidad y diversa temática variada que ofrecen los mismos. La creación de rutas culturales, visitas guiadas, mejor información en destino, adaptación de su visita y uso turístico, mejora de las instalaciones, señalética y recursos de interpretación, son los pasos a seguir.

-Es necesario un seguimiento en cuanto a las novedades administrativas se refiere, e involucrarse en los procesos administrativos complejos, por parte del ayuntamiento, en cuanto la aceleración de los procesos de tramitación de expedientes administrativos para resolver los asuntos relacionados con la

declaración de BIC de la Pobla d'Ifac y la forma del convenio para la adecuación del Centro de Interpretación.

-Ha quedado patente a través de la presente investigación, la existencia de un déficit de coordinación, no solo de los departamentos de Turismo y Cultura del Ayuntamiento de Calp, sino también con otros entes gestores del Parque Natural. Para que toda política se fructífera, sea entre el departamento que sea, en cuanto a la toma de decisiones se refiere, hay que aunar esfuerzos, superar esas barreras invisibles, y trabajar todos a una. Por ello, que la presente investigación no sea en balde. Quizás a través de las diferentes perspectivas desde las que se ha abordado, esta sea el camino para que a partir de este punto los diferentes departamentos creen relaciones interdepartamentales entre ellos y, a la hora de la toma de decisiones, se trabaje en una sola dirección.

-En cuanto a cuestiones de capital humano, existe una necesidad de cualificación del personal que esté al servicio de los recursos patrimoniales, así como la necesidad de plantilla fija y motivada para el desempeño de esas actividades.

-Para el desarrollo integral y transversal de las políticas de gestión patrimonial, se debe de tener en cuenta y hacer partícipe en el proceso a la población local. Al fin y al cabo, es el legado que les han dejado sus antepasados, sus raíces, y no se puede vivir a espaldas a ello. Es necesario el conocimiento del gran valor patrimonial de los recursos arqueológicos municipales, así como del resto de recursos, para que se pueda llegar a apreciarlo. Hay que llevar a cabo una sensibilización ciudadana para que los habitantes del municipio conozcan y valoren la Pobla d'Ifac. Mientras que no se valore el patrimonio se resiente la identidad histórica local y se desaprovechan oportunidades de cualificación del modelo turístico.

11.- BIBLIOGRAFÍA

- Ashworth, G. (2005) “*Reinventar los destinos turístico: cambiar del turismo azul al gris*”. En: Casariego, J. y Guerra, E (Eds). *Reinventar el destino: reflexiones sobre el espacio turístico contemporáneo*. Tenerife: Ashotel
- Ballart, J. y Tresserras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona: Ariel Patrimonio
- Cánoves, G. Prat, J. y Blanco, A. (2016). *Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N° 71, pp 431-454.
- Carter, J. (2001). *A sense of Place. An interpretive Planning*. Tourism & Environment Initiative (1997) 2ªEd (2001) Disponible en: https://portal.uni-freiburg.de/interpreteurope/service/publications/recommended-publications/carter_sense-of-place.pdf
- Fernández Ortea, J. (2017). *Análisis cuantitativo del impacto del arqueoturismo en España*. Investigaciones Turísticas, n° 14, pp 87-108
- Hiernaux-Nicolas (2013) “*Patrimonio y turismo: discutiendo la noción de “aura” en la mundialización*”. En: Rubio, L. y Ponce, G (Eds). *Gestión del patrimonio arquitectónico, cultural y medioambiental. Enfoques y casos prácticos*. Universidad de Alicante y Universidad Autónoma Metropolitana (México) pp 17-34
- López-Menchero, V. (2012). *Manual para la puesta en valor del patrimonio arqueológico al aire libre*. Asturias: Ediciones Trea
- Mazón, T. y Aledo, A. (2005). *El dilema del turismo residencial: ¿Turismo o desarrollo inmobiliario?* En Mazón, T. y Aledo, A.(Eds). *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Universidad de Alicante. pp 13-30
- Mazón, T. y Huete, N. (2005). “*Turismo residencial en el litoral alicantino: los casos de Denia, Altea, Benidorm, Santa Pola y Torrevieja*”. *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Universidad de Alicante pp:105-138
- Menéndez, J. (2016). *Los Pilares del Reino. El capitel gótico de la Pobl Medieval de Ifach (Calp, Alicante)*. Fundación C.V. MARQ
- Menéndez, J. (2018). *La Pobl Medieval de Ifach. 10 años de arqueología medieval en el Penyal d’Ifac (2005-2015)*. Alicante: 8 Excavaciones Arqueológicas Memorias
- Navalón, R. (2013). *Planificación y gestión turística del patrimonio: coonversión del patrimonio cultural en producto turístico*. En: Rubio, L. y Ponce, G (Eds). *Gestión del patrimonio arquitectónico, cultural y medioambiental. Enfoques y casos prácticos*. Universidad de Alicante y Universidad Autónoma Metropolitana (México) pp 123-146
- Perles, J. (2004). *Turismo, Ventaja Competitiva y Desarrollo Local*. Universidad de Alicante. Tesis doctoral disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/14149>
- Perles, J. (2009). *Calpe, causas del éxito turístico Residencial*. Bubok Publishing S.L.
- Perles, J. (2015). *Plan de Promoción y Diversificación Turística de Calp*. Ayuntamiento de Calp
- PGO Turística (2016). *Informe. Estudio Turístico de Calp*. Ayuntamiento de Calp
- Plan Director Calpe DTI (2016) *Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado. Edusi Revitaliza Calp*. Ayuntamiento de Calp.
- Prats, Ll. y Santana, A. (2011). *Turismo y patrimonio. Entramados Narrativos. Turismo, Identidad y Patrimonio: Las reglas del juego*. Colección PASOS edita, nº5. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. pp 1-10

- Prat, J. y Cànoves, G. (2012). *El turismo cultural como oferta complementaria en los destinos de litoral. El caso de la costa Brava (España)*. Investigaciones Geográficas, nº79 pp 119-135
- Querol, M. y Martínez, B. (1996). *La gestión del Patrimonio Arqueológico de España*. Madrid: Alianza Editorial
- Rico, E. (2014). *El Patrimonio Cultural como argumento para la renovación de destinos litorales turísticos consolidados del litoral en la provincia de Alicante*. Universidad de Alicante. Tesis doctoral disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/40780>
- Rico, E. y Baños, C. (2016). *El patrimonio cultural en los procesos de renovación de áreas turísticas litorales. Una aproximación al destino turístico de la Costa Blanca (Alicante, España)*. Cuadernos Geográficos 55 (2), 299-319
- Trigueros, C. (2016). *La arqueología como factor de desarrollo del turismo local*. International Journal of Scientific Management Tourism, Vol. 2, Nº3 pp 355-368
- Troitiño, M. y Troitiño, L. (2016). *Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España)*. Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, vol XX, nº 543
- Velasco, M. (2009). *Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural*. Universidad de Murcia. Cuadernos de Turismo, nº23, pp. 237-253
- Vera, J. y Baños, C. (2010). “*Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico*”. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles nº53, pp 329-353

RECURSOS ELECTRÓNICOS

- Área de Competitividad Turística. Turisme Comunitat Valenciana. (2018) [Online] Disponible: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_anyo%202018c.pdf (Acceso 15 de agosto de 2019)
- Inventario del Patrimonio Cultural Valenciano (2018) [Online] Disponible: <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/inventario-general> (Acceso 10 de Agosto de 2019)
- Instituto Valenciano de Estadística (IVE) 2018. [Online] Disponible: <http://www.pegv.gva.es/es/fichas> (Acceso 5 de septiembre de 2019)
- Inventario de Bienes Inmuebles. Ministerio de Cultura y Deporte (2018) [Online] Disponible: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/bienes-culturales-prottegidos.html> (Acceso 30 de junio de 2019)
- La Marina Plaza. Periódico Digital. Disponible: <https://lamarinaplaza.com/2019/06/03/calp-entre-las-20-ciudades-mas-pobres-de-espana/> (Acceso 8 de septiembre de 2019)
- Parques Naturales GVA. [Online] Disponible: <http://www.parquesnaturales.gva.es/es/web/pn-penyal-d-ifac> (Acceso 30 de julio de 2019)
- Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunitat Valenciana (2010-2020) [Online] Disponible: <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/planificacion/DocumentoBasePEGTCV.pdf> (Acceso 15 de agosto de 2019)
- Proyecto Ifach (2019). [Online] Disponible: <http://proyectoifach.blogspot.com/> (Acceso 31 de julio de 2019)

Turisme GVA . [Online] Disponible:

<https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/buscador/resultEstActivos.html>
(Acceso 8 de septiembre de 2019)

UNESCO (2019) [Online] Disponible: <https://es.unesco.org/> (Acceso 4 de junio de 2019)

UNESCO (2019) [Online] Disponible: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

UNESCO Extea (2004) [Online] Disponible:

<http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/UNESCOPatrimonio.pdf> (Acceso 4 de junio de 2019)

Web del Departamento de Turismo de Calp. [Online] Disponible: <http://www.calpe.es> (Acceso 1 de septiembre de 2019)

Web del MARQ . [Online] Disponible: <https://www.marqalicante.com/> (Acceso 2 de septiembre de 2019)

Web de Vilamuseu. [Online] Disponible: <http://vilamuseu.es/> (Acceso 2 de septiembre de 2019)

12.- ANEXOS

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS Y MUSEO

| |
|---|
| NOMBRE DEL YACIMIENTO |
| UBICACIÓN |
| AÑO DE MUSEALIZACIÓN |
| MUSEO / CENTRO DE INTERPRETACIÓN |
| ELEMENTOS INTERPRETATIVOS |
| Centro de Interpretación |
| Cartelería <ul style="list-style-type: none">• Legibilidad• Atracción,• Comprensión• Sostenibilidad |
| Audiovisuales |
| Guías profesionales |
| Audioguías |
| Videoguías |
| Maquetas, dioramas, escenografías |
| Actividades y materiales didácticos |

- ¿Qué tipo de turista recibe mayoritariamente el yacimiento
- ¿Qué papel tiene el yacimiento desde el punto de vista turístico
- ¿Cuál es el perfil de la demanda?
- ¿Qué recursos / elementos de interpretación existen actualmente en el yacimiento?
- ¿Existe un Plan de Interpretación para el yacimiento?
- ¿Está vinculado el yacimiento con algún otro yacimiento, o quizás con algún museo?
- ¿Se tienen datos sobre la duración de la visita media, el índice de satisfacción del visitante?
- ¿Contribuiría o ha contribuido la Musealización a preservar el yacimiento?
- ¿De qué manera se controla la afluencia y la capacidad de carga del yacimiento?
- ¿Existe algún tipo de aplicación / recurso visual para la visita y/o mejor comprensión del yacimiento?

- ¿Qué relaciones de colaboración existen entre la gestión del yacimiento y la gestión turística del municipio?
- ¿Existe algún documento o plan relativo al yacimiento o a la puesta en valor turística de recursos culturales que pueda consultar?

Las infraestructuras de interpretación indirecta

Itinerarios

Puntos de observación

Señalizadores in situ: marcadores de estructuras e indicadores de localización

Elementos contextualizadores: réplicas, figuras humanas, trampantojos

ENTREVISTA JOSE LUÍS MENÉNDEZ FUEYO

Buenas tardes. José Luís, mi nombre es Alicia Pelluch y actualmente estoy estudiando el Máster en Desarrollo Local e Innovación Territorial, impartido por la Universidad de Alicante. Para el TFM se ha considerado conveniente mantener una entrevista contigo en la que, si te parece bien, va a ser grabada.

Primero que todo presentamos a José Luís Menéndez Fueyo, Director del Yacimiento arqueológico de la Pobla d'Ifac,

Buenas tardes José Luís, comenzaremos con la siguiente pregunta:

- ¿Cuál es el estado actual de la Pobla?
- ¿Se podría decir que actualmente es visitable
- ¿Cuál es el marco competencial que afecta al yacimiento
- ¿Qué tipo de experiencias se podrían plantear con lo que hay actualmente?
- ¿Está contemplada alguna acción a corto plazo en cuanto a señalética, paneles de información, vallado, etc? (Es decir, pequeñas actuaciones que ayudaran de alguna manera al turista a conocer el yacimiento, sin entrar en ninguna acción de mayor calibre como lo sería una musealización) (Mi percepción es que muchos turistas no saben qué existe, me atrevo a decir que muchos calpinos también). Y de los que preguntan que son más bien pocos, la única acción “pomocional” o que permite su vista, son las puntuales visitas que se realizan unas pocas veces al año.
- ¿Sería posible la declaración del yacimiento como BIC, para dotarlo así de mayor protección?
- ¿Cree que la declaración como BIC del yacimiento, como la recientemente otorgada a los Baños de la Reina, favorecería que pudiera darse a conocer y ser visitado de manera regulada?
- ¿Después de 15 años de excavaciones, cuál es la impresión que tiene usted sobre la percepción de los turistas, así como la de los voluntarios que participan en las excavaciones del yacimiento?
- ¿Qué mejoras se han implantado/conseguido/llevado a cabo después de estos años?
- ¿Sería interesante vincular el yacimiento con el MARQ, o quizás con los otros yacimientos litorales dependientes del MARQ?

ENTREVISTA JOSÉ FRANCISCO PERLES RIBES

José Francisco Perles Ribes (Jefe de área de Promoción Económica y Turismo de Ayuntamiento de Calp)

Buenos días Jose, mi nombre es Alicia Pelluch y actualmente estoy estudiando el Máster en Desarrollo Local e Innovación Territorial, impartido por la Universidad de Alicante. Para el TFM se ha considerado conveniente mantener una entrevista contigo en la que, si te parece bien, va a ser grabada.

Primero que todo presentamos a José Francisco Perles Ribes, Jefe de área de Promoción Económica y Turismo del Ayuntamiento de Calp.

Buenos días Jose, comenzaremos con la siguiente pregunta:

- ¿Qué contemplan las actuales estrategias / planes que está llevando a cabo el Departamento de Turismo en cuanto a patrimonio / patrimonio arqueológico?
- ¿Qué papel desempeña la Poble d'Ifac en la imagen y los atractivos turísticos de Calp actualmente?
- ¿Tiene algún proyecto el Departamento de Turismo sobre la Poble d'Ifach?
- ¿Sería interesante conectar con una ruta arqueológica / arquitectónica todos los elementos patrimoniales de que dispone el municipio?
- ¿Se podría mejorar la información que se da a los turistas sobre la Poble d'Ifac (folletos, información en la web, etc)?
- ¿Existe algún tipo de conexión entre el Parque Natural / Director del Yacimiento / Concejalía de Cultura / Concejalía de Turismo?
- **RESERVAR ESTOS ASPECTOS PARA INCORPORARLOS SI NO LOS PLANTEA EL ENTREVISTADO**

Sería interesante tener reuniones interdepartamentales para aunar esfuerzos en cuanto a la puesta en marcha de propuestas de acción para que el patrimonio fuera puesto en valor de manera adecuada, su correcta protección, sensibilización hacia los turistas, etc)

ENTREVISTA BERNIA SANZ KITE (Calpina, Arqueóloga, Historiadora y Guía oficial de Turismo Habilitada de la CV)

Buenas tardes Bernia, mi nombre es Alicia Pelluch y actualmente estoy estudiando el Máster en Desarrollo Local e Innovación Territorial, impartido por la Universidad de Alicante. Para el TFM se ha considerado conveniente mantener una entrevista contigo en la que, si te parece bien, va a ser grabada.

Buenas tardes, comenzaremos con la siguiente pregunta:

- Desde la percepción de guía turística, ¿En cuanto a las visitas guiadas que ofreces, en qué medida te demandan el producto arqueológico / patrimonial de Calp?
- ¿De qué manera o en qué medida la demanda valora los atractivos culturales del municipio de Calp?
- ¿Crees que el producto arqueológico en Calp está adaptado para su visita?
- ¿Cuál es el estado actual de la Población de Ifach a tu criterio, y qué potencialidades crees que tiene el yacimiento?
- ¿Qué aspectos de un Plan de Interpretación (como, por ejemplo, visitas guiadas al yacimiento, paneles informativos, Centro de Interpretación, alguna app, etc) crees que serían adecuados según el estado actual de la Población? ¿qué ventajas y/o inconvenientes /pros y contras crees que tendrían de la Población?
- ¿En tus excursiones al Peñón de Ifach, te suelen demandar también información del yacimiento?

ENTREVISTA ANA M^o VIVES BISHOP. Unidad de Gestión del Parque Natural del Peñón de Ifach

- ¿Cuántas visitas ha tenido el Parque Natural en los últimos años? (Por ejemplo, desde que se empezó a excavar la Pobla, cuantos más años atrás me podáis facilitar, mejor.
- ¿Se tiene constancia sobre si los visitantes preguntan / demandan información del yacimiento de la Pobla d'Ifach?
- ¿Cree que la afluencia masiva del Parque Natural podría verse complementada con una visita al yacimiento
- ¿De qué manera podría controlarse la afluencia y la capacidad de carga del yacimiento? Ya que el Parque Natural se caracteriza por ser uno de los más visitados de la Comunidad Valencian
- Existe alguna contemplación a corto plazo en cuanto a incluir algún elemento de señalética / interpretación del yacimiento en el Parque
- ¿Cuál es el marco competencial que afecta al yacimiento?
- Se incluye algún tipo de explicación /ilustración sobre la Pobla d'Ifach en el Aula de la Naturaleza o Centro de Interpretación del Parque?

ENCUESTA TFM

1. ¿Está en Calpe por motivos de ocio/vacaciones?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

2. ¿Es la primera vez que viene a Calp?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

Estancia en Calp

3. ¿Va a pasar más de una noche en el municipio?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Pasa a la pregunta 4.*
☐ No *Pasa a la pregunta 5.*

Noches que va a pasar en el municipio

4. ¿Cuántas noches va a pasar en Calp?

Atractivos culturales que ha visitado o piensa visitar

¿Cuáles de los siguientes atractivos ha visitado o piensa visitar?

5. *Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Casco Antiguo
- ☐ Yacimiento Baños de la Reina
- ☐ Yacimiento Pobla d'Ifac
- ☐ Muralla Roja (Edificios Ricardo Bofill)
- ☐ Casa de Cultura
- ☐ Puerto Pesquero y Lonja
- ☐ Casa Nova
- ☐ Museo Historia
- ☐ Galería de Arte Contemporáneo
- ☐ Castellet de Calp
- ☐ Ermita Sant Joan de la Cometa
- ☐ Ermita de San Salvador
- ☐ Ermita de Sant Francesc
- ☐ Molí del Morelló
- ☐ Llavador de la Font
- ☐ Iglesia Antigua
- ☐ Iglesia Parroquial
- ☐ Ninguno
- ☐ Otro: _____

Satisfacción Atractivos Culturales visitados

Si no ha visitado ninguno, puede saltarse la pregunta

6. Expresa su Grado de Satisfacción de los atractivos culturales que haya visitado*Marca solo un óvalo por fila.*

| | 1. No satisfecho | 2. Poco satisfecho | 3. Moderadamente satisfecho | 4. Muy satisfecho | 5. Extremadamente satisfecho | Ns / Nc |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------------------|-----------------------|------------------------------------|-----------------------|
| Casco Antiguo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yacimiento Baños de la Reina | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yacimiento Pobla d'Ifach | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muralla Roja (Edificios Ricardo Bofill) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Casa de Cultura | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Puerto Pesquero y Lonja | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Casa Nova | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Museo Historia | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Galería Arte Cotemporáneo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Castellet de Calp | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ermita Sant Joan de la Cometa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ermita de San Salvador | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ermita de Sant Francesc | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Molí del Morelló | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Llavador de la Font | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Iglesia Antigua | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Iglesia Parroquial | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Otro | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Yacimiento Pobla d'Ifach**7. ¿Conoce el yacimiento arqueológico de la Pobla d'Ifach?***Marca solo un óvalo.*

- ☐ Sí *Pasa a la pregunta 8.*
- ☐ No *Pasa a la pregunta 12.*

Información Pobla d'Ifach**8. ¿Dónde ha obtenido la información?***Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Redes Sociales
- ☐ Revistas de Turismo
- ☐ Blog de viajes
- ☐ Comentarios de amigos
- ☐ Vi el yacimiento en mi subida al Peñón de Ifach
- ☐ Otro: _____

9. Si ha visitado la Pobra, ¿Cuál es su grado de satisfacción?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ 1 (No satisfecho)
- ☐ 2 (Poco satisfecho)
- ☐ 3 (Moderadamente satisfecho)
- ☐ 4 (Muy satisfecho)
- ☐ 5 (Extremadamente satisfecho)
- ☐ Ns / Nc

10. ¿Qué aspectos del yacimiento de la Pobra destacarías positivamente?

11. ¿Qué destacaría negativamente de su visita a la Pobra?

Satisfacción Global del destino

12. Valore del 1 al 5 su grado de satisfacción con el destino*Marca solo un óvalo.*

- ☐ 1 (No satisfecho)
- ☐ 2 (Poco satisfecho)
- ☐ 3 (Moderadamente satisfecho)
- ☐ 4 (Muy satisfecho)
- ☐ 5 (Extremadamente satisfecho)
- ☐ Ns/Nc

Pasa a la pregunta 13.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

13. Sexo*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Prefiero no decirlo

14. Año de nacimiento

15. ¿Con quién está disfrutando su estancia en Calpe?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Solo
- ☐ Con la familia
- ☐ Con amigos
- ☐ En grupo
- ☐ En pareja

16. ¿Dónde se aloja?*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Hotel
- ☐ Hostal
- ☐ Cámping
- ☐ Vivienda en propiedad
- ☐ Vivienda de amigos o familiares
- ☐ Vivienda de uso compartido
- ☐ Vivienda alquilada
- ☐ Albergue o residencia

17. Motivo de su visita*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Playa
- ☐ Clima
- ☐ Ocio
- ☐ Naturaleza
- ☐ Actividades deportivas / senderismo
- ☐ Descanso
- ☐ Fiestas
- ☐ Visitas culturales
- ☐ Gastronomía
- ☐ Compras
- ☐ Vivienda en propiedad
- ☐ Turismo de salud

18. Nivel de estudios*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Estudios universitarios
- ☐ Estudios secundarios
- ☐ Estudios primarios
- ☐ Sin estudios

Lugar de residencia habitual

19. País de residencia

Marca solo un óvalo.

- ☐ España *Pasa a la pregunta 20.*
- ☐ Reino Unido *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Francia *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Alemania *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Holanda *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Irlanda *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Italia *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Bélgica *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Rusia *Deja de rellenar este formulario.*
- ☐ Otro: _____ *Deja de rellenar este formulario.*

España

Comunidades Autónomas

20. Marca solo un óvalo.

- ☐ Andalucía
- ☐ Aragón
- ☐ Asturias
- ☐ Baleares
- ☐ Canarias
- ☐ Cantabria
- ☐ Castilla La Mancha
- ☐ Castilla y León
- ☐ Cataluña
- ☐ Ceuta
- ☐ Comunidad Valenciana
- ☐ Extremadura
- ☐ Galicia
- ☐ La Rioja
- ☐ Madrid
- ☐ Melilla
- ☐ Murcia
- ☐ Navarra
- ☐ País Vasco